

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN INDOMARET CABANG AHMAD YANI KOTA SINGARAJA

Oleh

I Dewa Ketut Karisma Sudiarsha, NIM 1517011080
Program Studi Pendidikan Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying dan faktor yang paling dominan mempengaruhi impulse buying konsumen Indomaret cabang Ahmad Yani Kota Singaraja. Jenis penelitian ini adalah penelitian faktorial. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret cabang Ahmad Yani kota Singaraja, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data yang dipergunakan berupa kuisisioner. Data dianalisis menggunakan analisis faktor dengan program SPSS 16.0 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi impulse buying yaitu faktor point of purchase, potongan harga, suasana toko, stockout, salesperson. Faktor yang paling dominan mempengaruhi impulse buying konsumen Indomaret cabang Ahmad Yani kota Singaraja adalah faktor point of purchase dengan nilai varimax rotation 40,167%.

Kata Kunci : Point Of Purchase, Potongan Harga, Suasana Toko, Stockout, Salesperson, Impulse Buying.

ABSTRACT

This observe objectives to determine the factors that influence impulse buying consument and the most dominant issue to influencing impulse buying for consumers at Indomaret Ahmad Yani Singaraja. This kind type of research is factorial research. The subjects in this study is Indomaret Ahmad Yani consumer at Singaraja city with an total sample of 100 people. Data collection methods used questionnaire. Data were analyzed using factor analysis with SPSS 16.0 for windows. The results of this study indicate that there are has five factors that influence impulse buying consumer at Indomaret Ahmad Yani Singaraja, there is point of purchase, discount, store atmosphere, stockout, salesperson. The most dominant factor influence the impulse buying consumer at Indomaret Ahmad Yani Singaraja is the point of purchase factor with a varimax rotation value of 40,167%.

Keyword : Point Of Purchase, Discount, Store Atmosphere, Stockout, Salesperson, Impulse Buying