

## ABSTRAK

**YURINDA RAMADHANA**, Hubungan antara Atmosfer Toko dan Belanja Hedonis dengan Pembelian Impulsif di Matahari *Department Store Arion Mall* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta.

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan terhitung sejak Februari sampai dengan Juli 2019 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara atmosfer toko dan belanja hedonis dengan pembelian impulsif di Matahari *Department Store Arion Mall* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan pembelian impulsif di Matahari *Department Store Arion Mall*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 145 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 8,509 + 0,165 X_1 + 0,289 X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat spesifikasi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y sebesar 0,200,  $X_1$  bernilai sebesar 0,200, dan  $X_2$  sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi variabel pembelian impulsif (Y) atas atmosfer toko ( $X_1$ ) menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $0,967 < 3,056$  dan uji linieritas regresi pembelian impulsif (Y) atas belanja hedonis ( $X_2$ ) menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $0,831 < 3,056$ , sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi Y atas  $X_1$  dan  $X_2$  menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $13,386 > 3,056$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas  $X_1$   $t_{hitung} = 2,298$  dan  $t_{tabel} = 1,65566$ , Y atas  $X_2$  dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,428 dan  $t_{tabel} = 1,65566$ . Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko dengan pembelian impulsif. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara belanja hedonis dengan pembelian impulsif. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atmosfer toko dan belanja hedonis dengan pembelian impulsif. Koefisien determinasi Y atas  $X_1$  dan  $X_2$  yang diperoleh adalah 0,159, hal ini menunjukkan bahwa pembelian impulsif dipengaruhi oleh variabel atmosfer toko dan belanja hedonis sebesar 15,9%.

**Kata Kunci:** Atmosfer Toko, Belanja Hedonis, Pembelian Impulsif

## ABSTRACT

**YURINDA RAMADHANA**, *The Correlation between Store Atmosphere and Hedonic Shopping with Impulse Buying at Matahari Department Store Arion Mall in Faculty Of Economic Student, State University of Jakarta.*

*This research was conducted at Faculty of Economics, State University of Jakarta, for 6 months from February to July 2019. The purpose of this research is to know the relationship between store atmosphere and hedonic shopping with impulse buying at Mathari Department Store Arion Mall in Faculty of Economic Student, State University of Jakarta. The research method used is survey method with correlational approach, the population used is all students of Faculty of Economics, State University of Jakarta who has ever did impulse buying at Matahari Department Store Arion Mall. The sampling technique used is the technique of purposive sampling of 145 students. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 8,509 + 0,165 X_1 + 0,289 X_2$ . Test the analytical requirement that is test of normality with Kolmogorov-Smimov test with significance level ( $\alpha$ ) = 5% or 0,05 and yield significant level Y value equal to 0,200,  $X_1$  value of 0,200,  $X_2$  is worth 0,200. Because the level of significance of these three variables  $> 0.05$  it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. The linearity of regression Y on  $X_1$  produces  $F_{count} < F_{table}$  is  $0,967 < 3,056$  and testing linearity of regression Y on  $X_2$  produces  $F_{count} < F_{table}$   $0,831 < 3,056$ , so it can be concluded that the regression equation is significant. Hypothesis testing from the significance regression Y on  $X_1$  and  $X_2$  produces  $F_{count} > F_{table}$  which,  $13,386 > 3,056$ , meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ , Y on  $X_1$   $t_{count} = 2,298$  and  $t_{table} = 1,65566$  and performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ , Y on  $X_2$   $t_{count} = 2,428$  and  $t_{table} = 1,65566$ . It can conclude that is positive and significant. The coefficient of determination Y on  $X_1$  and  $X_2$  obtained by 0,159 indicating that, 15,9% variable impulse buying is determined by the store atmosphere and hedonic shopping.*

**Keywords:** *Store Atmosphere, Hedonic Shopping, Impulse Buying*