

HUBUNGAN PENATAAN BARANG PAJANGAN (*WINDOW DISPLAY*) DENGAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (*IMPULSE BUYING*) PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA DI MATAHARI DEPARTEMENT STORE, MALL ARION JAKARTA TIMUR

SITI MASITOH
8135123386



Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN TATA NIAGA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

***RELATIONSHIPS WINDOW DISPLAY WITH PURCHASE
DECISION NOT PLANNED (IMPULSE BUYING) AT THE
JAKARTA STATE UNIVERSITY STUDENTS IN ARION MALL
MATAHARI DEPARTMENT STORE, EAST JAKARTA.***



**SITI MASITOH
8135123386**

*This skripsi Compiled As One Requirements for Obtaining a Bachelor of
Education at the Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

***S1 STUDY PROGRAM COMMERCE EDUCATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016***

ABSTRAK

Siti Masitoh. Hubungan Penataan Barang Pajang (*Window Display*) Dengan Keputusan Pembelian Tidak Terencana (*Impulse Buying*) Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Di Matahari Departemen Store Arion Mall, Jakarta Timur. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga. Universitas Negeri Jakarta, Mei 2016.

Metode penelitian yang digunakan yakni metode survey dengan pendekatan korelasional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik purposive (*purposive sampling*). Populasi adalah mahasiswa UNJ yang berbelanja ke Matahari Arion Mall dalam ≤ 3 bulan terakhir, berjenis kelamin perempuan, usia 17-25 tahun. Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan, didapatkan populasi sebanyak 89 mahasiswa. Hasil reliabilitas untuk variabel X adalah 0,807 dan untuk variabel Y adalah 0,884. kuesioner menggunakan model skala *likert*. Sebelum instrument ini digunakan, dilakukan uji validitas konstruk untuk ke dua variabel. Proses validitas dilakukan dengan menganalisis data. Dari 24 pernyataan variabel penataan barang pajangan (*window display*) butir valid sebanyak 18 butir dan 6 butir *didrop*. Sedangkan dari 46 pernyataan variabel keputusan pembelian tidak terencana (*impulse buying*) butir valid sebanyak 36 butir dan 10 butir *didrop*. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji liliefors menghasilkan L_{hitung} terbesar = 0,0461 L_{tabel} untuk $N = 89$ dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,093. $L_{hitung} < L_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Persamaan regresi linear yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 48,37 + 1,13 X$. Dari uji keberartian korelasi menghasilkan $F_{hitung} = 125,15$ dan $F_{tabel} = 3,95$. sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah signifikan, kemudian dilanjutkan dengan uji kelinearan regresi menghasilkan $F_{hitung} = 0,4446$ dan $F_{tabel} = 1,67$. sehingga $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah linier. Hasil uji hipotesis dengan rumus korelasi *product moment* dari pearson menghasilkan $r_{xy} = 0,768$, selanjutnya dilakukan uji keberartian regresi dengan menggunakan uji $t_{hitung} = 11,118$ dan t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan $dk = 87$ sebesar 1,665. Maka terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel X dengan variabel Y. Hasil perhitungan menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penataan barang pajangan (*window display*) dengan keputusan pembelian tidak terencana (*impulse buying*) dengan koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 59,00 % variasi keputusan pembelian tidak terencana (Y) ditentukan oleh penataan barang pajangan (X) selebihnya ditentukan oleh faktor lainnya.

Kata kunci: Pembelian Tidak Terencana (*Impulse Buying*), Penataan Barang Pajangan (*Window Display*)

ABSTRACT

Siti Masitoh. *Relationships of Window Display With Impulse Buying At the Jakarta State University Students In Matahari Department Store Arion Mall, East Jakarta. Skripsi, Jakarta. Program Study Commerce Education. Faculty of Economics. Jakarta State University, May 2016.*

The method used the survey method with the correlational approach. The sampling technique used is purposive technique (purposive sampling). The population is UNJ students who shopped to the Sun Arion Mall in ≤ 3 months, female, age 17-25 years. Based on the initial survey that researchers do, didapatkan population of 89 students. Results of reliability for the variable X is 0.807 and for the variable Y is 0.884. questionnaire using Likert scale models. Before the instrument is used, tested the construct validity of the two variables. The process is done by analyzing the validity of the data. 24 statements variable arrangement of items on display (window display) valid point as many as 18 items and 6 eggs dropped. While 46 statement unplanned purchase decision variable (impulse buying) a valid point as much as 36 grains and 10 grains dropped. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with the test Liliefors produce the greatest Lhitung $L_{tabel} = 0.0461$ for $N = 89$ with a significance level of 0.05 is 0.093. $L_{hitung} < L_{tabel}$. It can be concluded the data were normally distributed. The resulting linear regression equation is $Y = 48.37 + 1.13 X$. Of significance test of correlation produces $F_{hitung} = 125.15$ and $F_{tabel} = 3.95$. so $F_{hitung} > F_{tabel}$ it can be concluded that the regression model is significant, followed by regression linearity test produces $F_{hitung} = 0.4446$ and $F_{tabel} = 1.67$. so $F_{hitung} < F_{tabel}$ it can be concluded that the model is a linear regression equation. Hypothesis test results with the formula of Pearson product moment correlation $r_{xy} = 0.768$ yield, regression significance test is then performed by using test $t = 11.118$ and t table at a significance level of 0.05 with $df = 87$ at 1,665. Then there are positive and significant relationship between variables X with Y. variable calculation results conclude that there are positive and significant relationship between the arrangement of items on display (window display) with unplanned purchasing decisions (impulse buying) with a coefficient of determination obtained of 59.00 % variation unplanned purchasing decisions (Y) is determined by the arrangement of items on display (X) the rest is determined by other factors.

Keywords: *Impulse Buying, Window Display*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Ketua Penguji		16 Juni 2016
2. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021958032001	Penguji Ahli		16 Juni 2016
3. <u>Dita Puruwita, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Sekretaris		16 Juni 2016
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		16 Juni 2016
5. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing II		16 Juni 2016

Tanggal Lulus : 16 Juni 2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Mei 2016

Yang membuat pernyataan


**METERAI
TEMPAL**
89BF7ADFA0794049
Satrio Nugro
No. Reg. 8135123386

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan“

(Qs. Al-Insyirah: 6)

“Work hard and stay humble the reach your goal, and the more we are grateful, the more happiness we get”

“Quotes about life”

“Life will always have a different plan for you. If you don't give up, you will eventually get to your destination”

“King Samuel benson”

Mungkin ini awalnya mimpi yang hanya sekedar ucapan tanpa kenyataan tapi ternyata Allah yang maha Rahman meng-Aaaamiini itu hingga kini aku dapat dan bisa memperoleh gelar di belakang namaku. Terima kasih untuk Kemendikbud (Bidik Misi), karena dengan Beasiswanya saya bisa merasakan bangku perkuliahan dan menyelesaikannya dengan lancar. Masih terekam dengan jelas masa-masa penuh tanjakan hingga kini aku pun lagi-lagi bersyukur karna aku dapat menghantarkan ini semua untuk kalian ter-khusus untuk laki-laki super hebat yang mengajarkanku akan semua hal, Laki-laki yang tak pernah mengeluh walau bebannya lebih berat dari tubuhnya untuk Bapakku tercinta “Rahmat” dan perempuan paling luar biasa yang tak pernah lelah mengajariku akan segala hal Mamahku “Sukarsih”. Terima Kasih banyak semoga ini merupakan kunci untuk membuka gerbang-gerbang selanjutnya...

Aaaamiinnn...

Love you Mah, Pak always

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang selalu memberikan nikmat iman, islam dan kesehatan bagi kita semua. Sholawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabatnya serta umatnya hingga akhir zaman. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan Penataan Barang Pajangan (*Window Display*) Dengan Keputusan Pembelian Tidak Terencana (*Impulse Buying*) Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Di Matahari Departement Store, Mall Arion Jakarta Timur”.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk melengkapi dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada program study Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Corry Yohana, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak masukan kepada peneliti sejak awal penyusunan proposal hingga skripsi ini selesai dengan penuh kesabaran dan perhatian, serta selalu memberikan motivasi kepada peneliti.

2. Bapak Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si, selaku ketua Program Studi Pendidikan tata Niaga. Sekaligus selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan dan saran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Dr. Dedi Purwama, E.S, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
4. Ibu Ryna Parlyna M.BA, selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing peneliti saat perkuliahan sejak awal semester I hingga saat ini, dan selalu memberi motivasi, masukan dan saran selama perkuliahan.
5. Pihak akademisi Universitas maupun fakultas yang telah membantu kelancaran selama penelitian
6. Ucapan spesial untuk kedua orang tuaku yang yang selalu mendukung segalanya baik moril maupun materil.
7. Untuk Tete dan Abang-abangku : Teh Yuyu, Bang Uwok, Bang Iyek, Bang Aif dan kedua keponakanku Yulia dan Fabian.
8. Teman-teman seperjuangan TN regular 2012 dan TN non-reguler 2012.
9. Dan untuk semua orang tanpa terkecuali dimana pun itu yang tak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari dalam penulisan Skripsi ini terdapat kekurangan, semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan dan bermanfaat bagi kita semua

Jakarta, 25 Mei 2016

Peneliti