BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Blossom Factory Outlet didirikan pada tanggal 10 Oktober 2000, di kantor pusat yang beralamat di Jl. Sriwijaya No.03 Bandung dengan misi ingin membantu program wisata kota Bandung. Factory Outlet saat ini menjadi salah satu tujuan wisata belanja bagi mereka yang berakhir pekan di kota Bandung dengan nama asal Kosmo Factory Outlet.

Pada bulan Juli 2001, pihak Blossom melebarkan sayapnya ke daerah luar kota, dan kota yang dipilih adalah Yogyakarta yang terkenal dengan kota pelajar, sehingga sasarannya adalah para pelajar dan mahasiswa selain para turis yang berwisata ke Yogyakarta. Sementara itu nama outlet yang dipilihpun masih Kosmo Factory Outlet.

Mengingat besarnya minat masyarakat untuk berbelanja di Factory Outlet, pada bulan November tahun 2003 pihak manajemen Blossom, membuka cabang baru yang kali ini memilih tempat yang lebih strategis sebagai tujuan wisata yaitu yang beralamatkan di Jl. Ir. H. Djuanda No. 112 Bandung yang lebih dikenal dengan daerah Dago.

Konsep yang disajikan pun berbeda dengan yang sebelumnya, yaitu lebih menekankan pada konsep kekeluargaan. Dengan nama toko Blossom Family

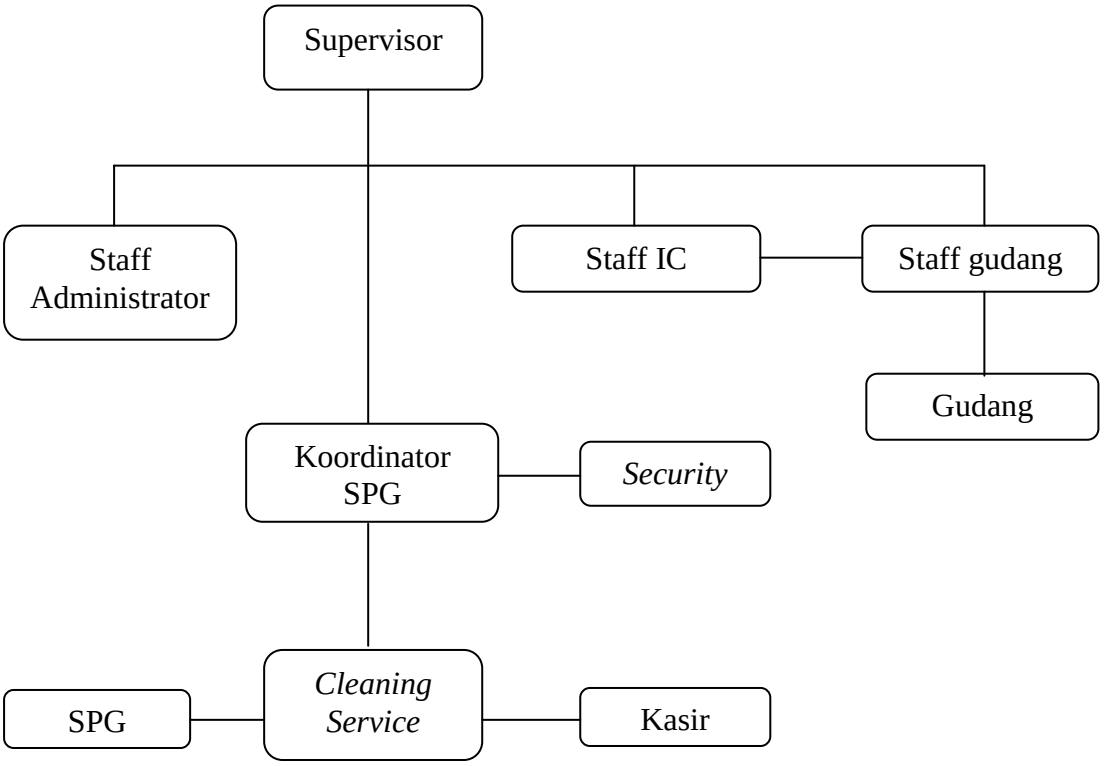
Outlet, dimana outlet ini diharapkan akan menjadi tempat wisata untuk belanja dengan nyaman dan santai.

Empat tahun kemudian tepatnya Agustus 2007 Blossom membuka cabangnya kembali di Bandung Barat tepatnya di Jl. Pasir Kaliki (Paskal) yang berada di lokasi PASKAL HYPER SQUARE. Pada bulan Desember 2007, Blossom Family Outlet kembali membuka cabangnya di daerah Bogor yang beralamat di Jl. Pajajaran No.19, yang mana kota ini sering menjadi tempat pilihan untuk bersantai warga Jakarta.

Pada bulan Desember tahun 2008, Blossom kembali menambah cabangnya di kota Bandung, kali ini lokasi yang dipilih adalah Jalan Riau Bandung dimana ditempat ini menjadi salah satu tempat yang banyak terdapat Factory Outlet selain Blossom.

Dengan terus berkembangnya Blossom yang meramaikan dunia fashion, membuktikan keberadaan Blossom diminati oleh masyarakat Bandung dan luar kota, seiring dengan itu Blossom pun terus meningkatkan kualitas barang yang disajikan agar lebih memuaskan para konsumennya, sehingga terus diharapkan dapat membantu program Pemerintah untuk menjadikan Kota Bandung sebagai kota wisata, dan membantu program wisata di kota Indonesia.

4.1.2 Struktur Organisasi Blossom Factory Outlet



Gambar 4.1
Struktur Organisasi

4.1.3 Deskripsi Jabatan Blossom Factory Outlet

Berikut adalah uraian pekerjaan (*job description*) masing-masing jabatan pada Blossom Factory Outlet Dago :

1. Supervisor
    a. Mengatur operasional toko
    b. Mengkoordinasi tugas kepada karyawan
    c. Pembentukan tim bagi program khusus
    d. Rolling daftar tugas (mengatur shift kerja)
    e. Koordinasi pelaksanaan stok

f. Koordinasi dalam hal pengadaan barang dagangan

2. Staff Administrasi
    a. Menerima dan mengecek daftar faktur dari bagian komputerisasi
    b. Melakukan kegiatan administrasi perpajakan dan perbankan
    c. Melakukan kegiatan pengembangan sistem dan prosedur yang berkaitan dengan administrasi keuangan dan akuntasi
3. Staff IC (*Coordinator Inventory Control*)
    a. Menjamin kondisi produk yang prima
    b. Mengecek antara data yang input di komputer dengan faktur pemasaran
    c. Bersama-sama dengan supervisior mengkoordinasi pelaksanaan stock
    d. Menganalisa stock
4. Staff Gudang
    a. mengelola seluruh aktivitas karyawan di unit kerjanya untuk memastikan kelancaran proses masuk keluarnya barang ke dan dari gudang
    b. mengelola pendistribusian barang yang diorder dari gudang
    c. memastikan kebersihan dan kerapian area gudang
    d. mengawasi kerja karyawan bagian gudang
5. Pelaksana Gudang
    a. mengelola gudang produksi
    b. mengelola penyimpanan barang siap edar
    c. mengatur lalu lintas keluar masuk barang di gudang

d. memberi informasi kepada Inventory Control tentang ada atu tidaknya barang

6. Koordinator SPG
    a. melakukan pengawasan kerja para SPG
    b. mengatur jadwal shift SPG
7. Security
    a. melakukan pengawasan dan tata tertib di lingkungan toko terhadap para pembelian dan seluruh karyawan toko.
    b. Menangani masalah pencurian, penipuan dan perbuatan yang tidak bertanggung jawab.
8. SPG (*Salles Promotion Girl*)
    a. melakukan dan memelihara proses pemajangan
    b. memastikan kualitas barang pajangan
    c. mengidentifikasi barang-barang *over stock/out of stock* dan melaporkannya kepada atsan yang bersangkutan
    d. Menjaga kebersihan dan kerapian area yang menjadi tanggung jawabnya.
9. *Cleaning Service*

    Bertugas untuk memelihara dan menjaga kebersihan kantor maupun toko.
10. Kasir
    a. Memastikan kesiapan sarana prasarana kerja untuk mendukung kelancaran proses transaksi

b. Memebrikan layanan sesuai standar pelayanan kasir Blossom Factory Outlet untuk memastikan terciptanya kepuasan pelanggan
c. Memastikan kebersihan dan kerapihan peralatan, meja, dan lingkungan kassa
d. Memastikan keakuratan transaksi dari awal hingga akhir hari.

4.1.4 Aspek Perusahaan

Blossom Factory Outlet merupakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis *fashion*. Blossom Factory Outlet memiliki 6 cabang yang berada di 3 kota besar yaitu Bandung, Bogor, dan Yogyakarta. Selain menyediakan pakaian lokal, Blossom Factory Outlet juga menyediakan pakaian impor yang diantaraanya berasal dari Cina dan Hongkong.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Identitas Responden

Bab ini membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebarkan kepada 100 orang. Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang analisisnya didapat dari hasil observasi di lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil kuisioner terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu variabel X (Respon lingkungan berbelanja) dan variabel Y (Perilaku pembelian impulsif). Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis korelasi.

Data-data responden yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis secara deskriptif. Data lain yang diperoleh dari studi pustaka akan digunakan sebagai data sekunder untuk melengkapi dan mendukung data primer.

4.2.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis data deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.

4.2.1.1.1 Data Responden

Tabel 4.1

Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1	Pria	56	56
2	Wanita	44	44
Jumlah		100	100

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 56 orang (56 %) berjenis kelamin

Pria dan 44 orang (44,%) berjenis kelamin Wanita. Kotler dan Amstrong (2001:171) menyatakan jenis kelamin dan budaya merupakan karakteristik konsumen yang memberikan stimuli bagi konsumen untuk memutuskan pembelian suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Tabel 4.2

Status

No	Status	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1	Menikah	54	54
2	Belum Menikah	46	46
Jumlah		100	100

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan status yang dimiliki. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 54 orang (54%) yang sudah menikah dan 46 orang (46 %) yang belum menikah.

Tabel 4.3

Usia

No	Usia	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1	<20	17	17
2	20-30	54	54
3	31-40	21	21
4	>40	8	8
Jumlah		100	100

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang berusia di bawah 20 tahun sebesar 17 %, usia 20 – 30 tahun sebesar 54 %, usia 31 – 40 tahun sebesar 21 % dan diatas usia 40 tahun sebesar 8 %.Dari data diatas diketahui

bahwa mayoritas responden berusia antara 20 - 30 tahun. Menurut Lamb et.al (2002:66), umur merupakan faktor demografi yang berhubungan dengan perilaku pembelian konsumen.

Tabel 4.4

Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1	Pelajar / Mahasiswa	3	3
2	Wiraswasta	18	18
3	Pegawai Negeri	38	38
4	Ibu Rumah Tangga	33	33
5	Lainnya	8	8
Jumlah		100	100

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 3 orang (3 %) bekerja sebagai pelajar / mahasiswa, 18 orang (18 %) bekerja sebagai wiraswasta, 38 orang (38 %) bekerja sebagai pegawai negeri, 33 orang (33,33%) bekerja sebagai ibu rumah tangga dan 8 orang (8,08%) memiliki pekerjaan lain. Pekerjaan akan mempengaruhi pendapatan seseorang. Hal ini sesuai dengan pendapat Schiffman dan Kanuk (2004:59) bahwa pendidikan, pekerjaan dan pendapatan mempunyai hubungan sebab akibat.

Tabel 4.5

Penghasilan Per Bulan

No	Penghasilan Per Bulan	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)
1	< Rp. 500.000	32	32
2	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	47	47
3	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000	14	14
4	> Rp 2.000.000	7	7
Jumlah		100	100

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan penghasilan per bulan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 32 orang (32 %) penghasilan per bulan kurang dari Rp. 500.000, 47 orang (47 %) memiliki penghasilan per bulan antara Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000, 14 orang (14 %) penghasilan per bulan antara Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000 , dan 7 orang (7 %) penghasilan per bulan lebih dari Rp. 2.000.000

4.2.1.1.2 Data Penelitian Tiap Variabel

4.2.1.1.2.1 Limgkungan Berbelanja

Tabel 4.6

Saya merasa nyaman dengan suasana berbelanja yang tenang.

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	17	17	85
Sesuai	4	56	56	224
Cukup sesuai	3	20	20	60
Tidak sesuai	2	7	7	14
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**383**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa nyaman dengan suasana berbelanja yang tenang". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 17 orang (17 %) menyatakan sangat sesuai, 56 orang (56 %) menyatakan sesuai dan 20 orang (20 %) menyatakan cukup sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka merasa nyaman dengan suasana berbelanja yang tenang

Tabel 4.7

Saya merasa nyaman dengan keleluasaan berbelanja.

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	14	14	70
Sesuai	4	58	58	232
Cukup sesuai	3	24	24	72
Tidak sesuai	2	4	4	8
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**382**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa nyaman dengan keleluasaan berbelanja". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 14 orang (14 %) menyatakan sangat sesuai, 58 orang (58 %) menyatakan sesuai, 24 orang (24 %) menyatakan sangat sesuai dan 4 orang (4 %) menyatakan tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka merasa nyaman dengan keleluasaan berbelanja

Tabel 4.8

Saya merasa puas dengan pemberian diskon secara besar-besaran.

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	12	12	60
Sesuai	4	63	63	252
Cukup sesuai	3	17	17	51
Tidak sesuai	2	8	8	16
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**379**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa puas dengan pemberian diskon secara besar-besaran.". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (12 %) menyatakan sangat sesuai, 63 orang (63 %) menyatakan sesuai, 17 orang (17 %) menyatakan cukup sesuai dan 8 orang (8 %) menyatakan tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka merasa puas dengan pemberian diskon secara besar-besaran.

Tabel 4.9
Saya merasa santai pada saat berbelanja.

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	4	4	20
Sesuai	4	65	65	260
Cukup sesuai	3	25	25	75
Tidak sesuai	2	6	6	12
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**367**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa santai pada saat berbelanja.". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 4 orang (4 %) menyatakan sangat sesuai, 65 orang (65 %) menyatakan sesuai, 25 orang (25 %) menyatakan cukup sesuai dan 6 orang (6 %) menyatakan tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka merasa santai pada saat berbelanja

Tabel 4.10

Saya merasa tertarik terhadap suasana lingkungan berbelanja yang memberikan program promosi pada produk.

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	9	9	45
Sesuai	4	62	62	248
Cukup sesuai	3	22	22	66
Tidak sesuai	2	7	7	14
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**373**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa tertarik terhadap suasana lingkungan berbelanja yang memberikan program promosi pada produk..". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 9 orang (9 %) menyatakan sangat sesuai, 62 orang (62 %) menyatakan sesuai, 22 orang (22 %) menyatakan cukup sesuai dan 7 orang (7 %) menyatakan tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa tertarik terhadap suasana lingkungan berbelanja yang memberikan program promosi pada produk

Tabel 4.11

Saya merasa lebih bersemangat berbelanja karena adanya diskon besar-besaran.

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	2	2	10
Sesuai	4	48	48	192
Cukup sesuai	3	41	41	123
Tidak sesuai	2	9	9	18
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**343**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa lebih bersemangat berbelanja karena adanya diskon besar-besaran.". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 2 orang (2 %) menyatakan sangat sesuai, 48 orang (48 %) menyatakan sesuai, 41 orang (41 %) menyatakan cukup sesuai dan 9 orang (9 %) menyatakan tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa lebih bersemangat berbelanja karena adanya diskon besar-besaran

Tabel 4.12

Rasa ingin tahu saya sangat kuat untuk mengamati produk-produk yang ditawarkan di lingkungan berbelanja.

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	6	6	30
Sesuai	4	59	59	236
Cukup sesuai	3	28	28,28	84
Tidak sesuai	2	7	7,07	14
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**364**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Rasa ingin tahu saya sangat kuat untuk mengamati produk-produk yang ditawarkan di lingkungan berbelanja.". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 6 orang (6,06%) menyatakan sangat sesuai, 48 orang (48,48%) menyatakan sesuai, 28 orang (28,28%) menyatakan cukup sesuai dan 7 orang (7,07%) menyatakan tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki Rasa ingin tahu yang sangat kuat untuk mengamati produk-produk yang ditawarkan di lingkungan berbelanja.

Tabel 4.13

Saya merasa dipengaruhi oleh suasana lingkungan berbelanja.

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	12	12	30
Sesuai	4	54	54	216
Cukup sesuai	3	26	26	78
Tidak sesuai	2	8	8	16
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**340**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa dipengaruhi oleh suasana lingkungan berbelanja.". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (12 %) menyatakan sangat sesuai, 54 orang (54 %) menyatakan sesuai, 26 orang (26 %) menyatakan cukup sesuai dan 8 orang (8 %) menyatakan tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa dipengaruhi oleh suasana lingkungan berbelanja.

Tabel 4.14

Saya dipandu oleh suasana lingkungan berbelanja dalam melakukan pembelian.

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	14	12	70
Sesuai	4	64	54	256
Cukup sesuai	3	15	26	45
Tidak sesuai	2	7	8	14
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**385**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya dipandu oleh suasana lingkungan berbelanja dalam melakukan pembelian.". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 14 orang (14 %) menyatakan sangat sesuai, 64 orang (64 %) menyatakan sesuai, 15 orang (15 %) menyatakan cukup sesuai dan 7 orang (7 %) menyatakan tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa dipandu oleh suasana lingkungan berbelanja dalam melakukan pembelian

Untuk mengetahui tanggapan responden secara keseluruhan untuk variabel lingkungan berbelanja (X) , maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berikut ini adalah tabel rekap skor untuk setiap pertanyaan variabel respon lingkungan berbelanja.

Tabel 4.15

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Respon Lingkungan Berbelanja

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensinya	Skor Total
1	Saya merasa nyaman dengan suasana berbelanja yang tenang.	383
2	Saya merasa nyaman dengan keleluasaan berbelanja.	382
3	Saya merasa puas dengan pemberian diskon secara besar-besaran.	379
4	Saya merasa santai pada saat berbelanja.	367
5	Saya merasa tertarik terhadap suasana lingkungan berbelanja yang memberikan program promosi pada produk.	373
6	Saya merasa lebih bersemangat berbelanja karena adanya diskon besar-besaran.	343
7	Rasa ingin tahu saya sangat kuat untuk mengamati produk-produk yang ditawarkan di lingkungan berbelanja.	364
8	Saya merasa dipengaruhi oleh suasana lingkungan berbelanja.	340
9	Saya dipandu oleh suasana lingkungan berbelanja dalam melakukan pembelian.	385
Total		**3316**
KRITERIA		**BAIK**

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap respon lingkungan berbelanja secara umum, maka dibuat pengkategorian sebagai berikut:

Menghitung jarak interval untuk 9 pertanyaan dengan 100 responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Responden (n)

= 1 x 9 x 100

= 900

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Responden (n)

= 5 x 9 x 100

= 4500

Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimum

= 4500 - 900

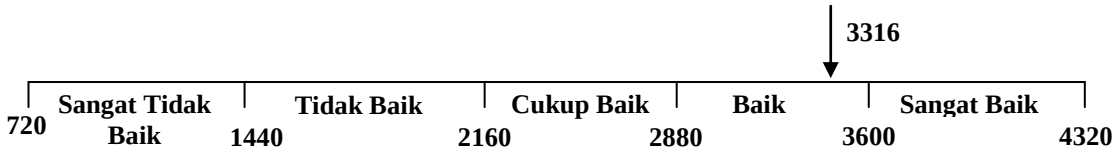
= 3600

Jarak Interval = Interval : Jenjang

= 3600 : 5

= 720

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.2
Garis Kontinum Respon Lingkungan Berbelanja

Berdasarkan hasil perhitungan, skor total untuk respon lingkungan berbelanja adalah sebesar 3316 yang terletak antara rentang 2880 dan 3600. Dengan demikian respon lingkungan berbelanja berada pada tingkat baik.

4.2.1.1.2.2 Perilaku Pembelian Impulsif

Tabel 4.16

Saya merasakan sejumlah urgensi mendesak untuk membeli sesuatu yang tidak saya rencanakan dalam belanja kali ini

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	10	10	50
Sesuai	4	51	51	204
Cukup sesuai	3	33	33	99

Tidak sesuai	2	6	6	12
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**365**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasakan sejumlah urgensi mendesak untuk membeli sesuatu yang tidak saya rencanakan dalam belanja kali ini". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 10 orang (10 %) menyatakan sangat sesuai, 51 orang (51 %) menyatakan sesuai, 33 orang (33 %) menyatakan cukup sesuai dan 6 orang (6 %) menyatakan tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasakan sejumlah urgensi mendesak untuk membeli sesuatu yang tidak saya rencanakan dalam belanja kali ini.

Tabel 4.17

Dalam belanja kali ini saya melihat sejumlah produk yang ingin saya beli, meskipun itu tidak termasuk dalam daftar belanja saya

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	18	18	90
Sesuai	4	24	24	96
Cukup sesuai	3	15	15	45
Tidak sesuai	2	23	23	46
Sangat tidak sesuai	1	20	20	20
Total		**100**	**100**	**297**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Dalam belanja kali ini saya melihat sejumlah produk yang ingin saya beli, meskipun itu tidak termasuk dalam daftar belanja saya". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 18 orang (18 %) menyatakan sangat sesuai, 24 orang (24

%) menyatakan sesuai, 15 orang (15 %) menyatakan cukup sesuai dan 23 orang (23 %) menyatakan tidak sesuai, dan 20 orang (20 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa ada sebagian responden yang merasakan sejumlah urgensi untuk membeli ketika melihat sejumlah produk yang ingin dibeli, meskipun itu tidak termasuk dalam daftar belanja mereka

Tabel 4.18

Saya tidak merasakan adanya urgensi kuat untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan selama berbelanja kali ini

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	8	8	40
Sesuai	4	16	16	64
Cukup sesuai	3	19	19	57
Tidak sesuai	2	21	21	42
Sangat tidak sesuai	1	36	36	36
Total		**100**	**100**	**239**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya tidak merasakan adanya urgensi kuat untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan selama berbelanja kali ini". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 8 orang (8 %) menyatakan sangat sesuai, 16 orang (16 %) menyatakan sesuai, 19 orang (19 %) menyatakan cukup sesuai dan 21 orang (21 %) menyatakan tidak sesuai, dan 36 orang (36 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasakan adanya urgensi kuat untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan selama berbelanja kali ini.

Tabel 4.19

Dalam belanja kali ini saya merasakan urgensi mendadak untuk membeli sesuatu

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	9	9	45
Sesuai	4	13	13	52
Cukup sesuai	3	16	16	48
Tidak sesuai	2	43	43	86
Sangat tidak sesuai	1	19	19	19
Total		**100**	**100**	**250**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Dalam belanja kali ini saya merasakan urgensi mendadak untuk membeli sesuatu". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 9 orang (9 %) menyatakan sangat sesuai, 13 orang (13 %) menyatakan sesuai, 16 orang (16 %) menyatakan cukup sesuai dan 43 orang (43 %) menyatakan tidak sesuai, dan 19 orang (19 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden tidak merasakan urgensi mendadak untuk membeli sesuatu

Tabel 4.20

Saya merasa gembira sewaktu berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	14	14	60
Sesuai	4	15	15	60
Cukup sesuai	3	13	13	39
Tidak sesuai	2	21	21	42

Sangat tidak sesuai	1	37	37	37
Total		**100**	**100**	**348**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "merasa gembira sewaktu berbelanja". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 14 orang (14 %) menyatakan sangat sesuai, 15 orang (15 %) menyatakan sesuai, 13 orang (13 %) menyatakan cukup sesuai dan 15 orang (15 %) menyatakan tidak sesuai, dan 14 orang (14 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa ada sebagian responden yang tidak merasa gembira sewaktu berbelanja

Tabel 4.21

Saya merasa antusias sewaktu berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	8	8	40
Sesuai	4	53	53	212
Cukup sesuai	3	34	34	102
Tidak sesuai	2	5	5	10
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**364**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa antusias sewaktu berbelanja". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 8 orang (8 %) menyatakan sangat sesuai, 53 orang (53 %) menyatakan sesuai, 34 orang (34 %) menyatakan cukup sesuai dan 5 orang (5 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini

mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa antusias sewaktu berbelanja

Tabel 4.22

Saya merasa bangga sewaktu berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	7	7	35
Sesuai	4	56	56	224
Cukup sesuai	3	34	34	102
Tidak sesuai	2	3	3	6
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**367**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa bangga sewaktu berbelanja". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 7 orang (7 %) menyatakan sangat sesuai, 56 orang (56 %) menyatakan sesuai, 34 orang (34 %) menyatakan cukup sesuai dan 3 orang (3 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa bangga sewaktu berbelanja

Tabel 4.23

Saya merasa bersemangat sewaktu berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	7	7	35
Sesuai	4	56	56	224
Cukup sesuai	3	34	34	102
Tidak sesuai	2	3	3	6
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**367**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa bersemangat sewaktu berbelanja". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 7 orang (7 %) menyatakan sangat sesuai, 56 orang (56 %) menyatakan sesuai, 34 orang (34 %) menyatakan cukup sesuai dan 3 orang (3 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa bersemangat sewaktu berbelanja.

Tabel 4.24

Saya merasa tertekan sewaktu berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	28	28	140
Sesuai	4	45	45	180
Cukup sesuai	3	25	25	75
Tidak sesuai	2	2	2	4
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**399**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa tertekan sewaktu berbelanja". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 28 orang (28 %) menyatakan sangat sesuai, 45 orang (45 %) menyatakan sesuai, 25 orang (25 %) menyatakan cukup sesuai dan 2 orang (2 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa tertekan sewaktu berbelanja.

Tabel 4.25

Saya merasa bingung sewaktu berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	8	8	40
Sesuai	4	16	16	64
Cukup sesuai	3	19	29	57
Tidak sesuai	2	21	21	42
Sangat tidak sesuai	1	36	36	36
Total		**100**	**100**	**239**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa bingung sewaktu berbelanja". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 8 orang (8 %) menyatakan sangat sesuai, 16 orang (16 %) menyatakan sesuai, 19 orang (19 %) menyatakan cukup sesuai dan 21 orang (21 %) menyatakan tidak sesuai, dan 36 orang (36 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa tidak bingung sewaktu berbelanja

Tabel 4.26

Saya merasa lekas marah sewaktu berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	12	12	60
Sesuai	4	63	63	252
Cukup sesuai	3	17	17	51
Tidak sesuai	2	8	8	16
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**379**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa lekas marah sewaktu berbelanja". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (12 %) menyatakan sangat sesuai, 63 orang (63 %) menyatakan sesuai, 17 orang (17 %) menyatakan cukup sesuai dan 8 orang (8 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa lekas marah sewaktu berbelanja

Tabel 4.27

Persentase waktu yang saya gunakan untuk melihat-lihat selama belanja kali ini sangatlah tinggi

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	0	0	0
Sesuai	4	33	33	132
Cukup sesuai	3	60	60	180
Tidak sesuai	2	7	7	14
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**326**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Persentase waktu yang saya gunakan untuk melihat-lihat selama belanja kali ini sangatlah tinngi". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 0 orang (0 %) menyatakan sangat sesuai, 33 orang (33 %) menyatakan sesuai, 60 orang (60 %) menyatakan cukup sesuai dan 7 orang (7 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa persentase waktu yang saya gunakan untuk melihat-lihat selama belanja kali ini sangatlah tinggi

Tabel 4.28

Saya hanya sekedar melihat-lihat selama belanja kali ini

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	10	10	50
Sesuai	4	51	51	204
Cukup sesuai	3	33	33	99
Tidak sesuai	2	6	6	12
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**365**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya hanya sekedar melihat-lihat selama belanja kali ini". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 10 orang (10 %) menyatakan sangat sesuai, 51 orang (51 %) menyatakan sesuai, 33 orang (33 %) menyatakan cukup sesuai dan 6 orang (6 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa mereka hanya sekedar melihat-lihat selama belanja kali ini

Tabel 4.29

Saya membeli item yang direncanakan

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	4	4	20
Sesuai	4	32	32	128
Cukup sesuai	3	56	56	168
Tidak sesuai	2	7	7	14
Sangat tidak sesuai	1	1	1	1
Total		**100**	**100**	**331**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya membeli item yang direncanakan". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 4 orang (4 %) menyatakan sangat sesuai, 32 orang (32 %) menyatakan sesuai, 56 orang (56 %) menyatakan cukup sesuai dan 7 orang (7 %) menyatakan tidak sesuai, dan 1 orang (1 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa mereka membeli item yang direncanakan

Tabel 4.30

Berbelanja hanyalah menghabiskan waktu

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	14	14	60
Sesuai	4	15	15	60
Cukup sesuai	3	13	13	39
Tidak sesuai	2	21	21	42
Sangat tidak sesuai	1	37	37	37
Total		**100**	**100**	**238**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Berbelanja hanyalah menghabiskan waktu". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 14 orang (14 %) menyatakan sangat sesuai, 15 orang (15 %) menyatakan sesuai, 13 orang (13 %) menyatakan cukup sesuai dan 21 orang (21 %) menyatakan tidak sesuai, dan 37 orang (37 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa berbelanja bukanlah hanya menghabiskan waktu

Tabel 4.31

Berbelanja bukanlah kegiatan yang saya suka untuk mengisi waktu senggang saya

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	8	8	40
Sesuai	4	16	16	64
Cukup sesuai	3	19	19	57
Tidak sesuai	2	21	21	42
Sangat tidak sesuai	1	36	36	36
Total		**100**	**100**	**239**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Berbelanja bukanlah kegiatan yang saya suka untuk mengisi waktu senggang saya". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 8 orang (8 %) menyatakan sangat sesuai, 16 orang (16 %) menyatakan sesuai, 19 orang (19 %) menyatakan cukup sesuai dan 21 orang (21 %) menyatakan tidak sesuai, dan 36 orang (36 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa berbelanja bukanlah kegiatan yang saya suka untuk mengisi waktu senggang saya.

Tabel 4.32

Bagi saya, belanja bukanlah aktivitas yang menyenangkan

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	0	0	0
Sesuai	4	33	33	132
Cukup sesuai	3	60	60	180
Tidak sesuai	2	7	7	14
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**326**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Bagi saya, belanja bukanlah aktivitas yang menyenangkan". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 0 orang (0 %) menyatakan sangat sesuai, 33 orang (33 %) menyatakan sesuai, 60 orang (60 %) menyatakan cukup sesuai dan 7 orang (7 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa belanja bukanlah aktivitas yang menyenangkan

Tabel 4.33

Berbelanja bukan meruppakan salah satu kegiatan favorit saya

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	12	12	60
Sesuai	4	63	63	252
Cukup sesuai	3	17	17	51
Tidak sesuai	2	8	8	16
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**379**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Berbelanja bukan merupakan salah satu kegiatan favorit saya". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (12 %) menyatakan sangat sesuai, 63 orang (63 %) menyatakan sesuai, 17 orang (17 %) menyatakan cukup sesuai dan 8 orang (8 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa belanja bukan merupakan salah satu kegiatan favorit saya

Tabel 4.34

Saya memilih Waktu tertentu untuk berbelanja kali ini

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	5	5	25
Sesuai	4	41	41	164
Cukup sesuai	3	47	47	141
Tidak sesuai	2	7	7	14
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**344**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya tidak tergesa-gesa sewaktu berbelanja kali ini". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 5 orang (5 %) menyatakan sangat sesuai, 41 orang (41 %) menyatakan sesuai,47 orang (47 %) menyatakan cukup sesuai dan 7 orang (7 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa tidak tergesa-gesa sewaktu berbelanja kali ini

Tabel 4.35

Saya tidak tergesa-gesa sewaktu berbelanja kali ini

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	10	10	50
Sesuai	4	62	62	248
Cukup sesuai	3	21	21	63
Tidak sesuai	2	7	7	14
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**375**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya tidak tergesa-gesa sewaktu berbelanja kali ini". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 10 orang (10 %) menyatakan sangat sesuai, 62 orang (62 %) menyatakan sesuai, 21 orang (21 %) menyatakan cukup sesuai dan 7 orang (7 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa tidak tergesa-gesa sewaktu berbelanja kali ini

Tabel 4.36

Adaya tekanan waktu

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	0	0	0
Sesuai	4	33	33	132
Cukup sesuai	3	60	60	180
Tidak sesuai	2	7	7	14
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**326**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Adanya tekanan waktu". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 0 orang (0 %) menyatakan sangat sesuai, 33 orang (33 %) menyatakan sesuai, 60 orang (60 %) menyatakan cukup sesuai dan 7 orang (7 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa adanya tekanan waktu

Tabel 4.37

Saya tidak merasa mampu membeli barang yang tidak direncanakan selama berbelanja kali ini

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	12	12	60
Sesuai	4	63	63	252
Cukup sesuai	3	17	17	51
Tidak sesuai	2	8	8	26
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**389**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya tidak merasa mampu membeli barang yang tidak direncanakan selama berbelanja kali ini". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (12 %) menyatakan sangat sesuai, 63 orang (63 %) menyatakan sesuai, 17 orang (17 %) menyatakan cukup sesuai dan 8 orang (8 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa mampu membeli barang yang tidak direncanakan selama berbelanja kali ini.

Tabel 4.38

Anggaran saya sangat ketat untuk belanja kali ini

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	8	8	40
Sesuai	4	16	16	64
Cukup sesuai	3	19	19	57
Tidak sesuai	2	21	21	42
Sangat tidak sesuai	1	36	36	36
Total		**100**	**100**	**239**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Anggaran saya sangat ketat untuk belanja kali ini". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 8 orang (8 %) menyatakan sangat sesuai, 16 orang (16 %) menyatakan sesuai, 19 orang (19 %) menyatakan cukup sesuai dan 21 orang (21 %) menyatakan tidak sesuai, dan 36 orang (36 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa anggaran saya sangat ketat untuk belanja kali ini.

Tabel 4.39

Saya merasa bahwa saya memiliki cukup uang lebih untuk belanja kali ini sehingga saya dapat berbelanja secara royal jika saya menjumpai sesuatu yang benar-benar saya suka

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	9	9	45
Sesuai	4	13	13	52
Cukup sesuai	3	16	16	48
Tidak sesuai	2	43	43	86

Sangat tidak sesuai	1	19	19	19
Total		**100**	**100**	**250**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Saya merasa bahwa saya memiliki cukup uang lebih untuk belanja kali ini sehingga saya dapat berbelanja secara royal jika saya menjumpai sesuatu yang benar-benar saya suka". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 9 orang (9 %) menyatakan sangat sesuai, 13 orang (13 %) menyatakan sesuai, 16 orang (16 %) menyatakan cukup sesuai dan 43 orang (43 %) menyatakan tidak sesuai, dan 19 orang (19 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden bahwa mereka memiliki cukup uang lebih untuk belanja kali ini sehingga saya dapat berbelanja secara royal jika saya menjumpai sesuatu yang benar-benar saya suka.

Tabel 4.40

Pembelian yang tidak dimaksudkan

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	8	8	40
Sesuai	4	16	16	64
Cukup sesuai	3	19	19	57
Tidak sesuai	2	21	21	42
Sangat tidak sesuai	1	36	36	36
Total		**100**	**100**	**239**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Pembelian yang tidak dimaksudkan". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 8 orang (8 %) menyatakan sangat sesuai, 16 orang (16 %) menyatakan sesuai, 19 orang (19 %) menyatakan cukup sesuai dan 21 orang (21 %)

menyatakan tidak sesuai, dan 36 orang (36 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden bahwa mereka melakukan Pembelian yang tidak dimaksudkan.

Tabel 4.41

Timbul keinginan untuk perilaku impulsif ketika berbelanja

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	12	12	60
Sesuai	4	63	63	252
Cukup sesuai	3	17	17	51
Tidak sesuai	2	8	8	16
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**379**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Timbul keinginan untuk perilaku impulsif ketika berbelanja". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (12 %) menyatakan sangat sesuai, 63 orang (63 %) menyatakan sesuai, 17 orang (17 %) menyatakan cukup sesuai dan 8 orang (8 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden bahwa Timbul keinginan untuk perilaku impulsif ketika berbelanja

Tabel 4.42

Tingkat spontanitas

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	28	28	140
Sesuai	4	45	45	180
Cukup sesuai	3	25	25	75
Tidak sesuai	2	2	2	4
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**399**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "Tingkat spontanitas". Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 28 orang (28 %) menyatakan sangat sesuai, 45 orang (45 %) menyatakan sesuai, 25 orang (25 %) menyatakan cukup sesuai dan 2 orang (2 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden bahwa Timbul Tingkat spontanitas.

Tabel 4.43

Urgensi spontan untuk membeli

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	0	0	0
Sesuai	4	33	33	132
Cukup sesuai	3	60	60	180
Tidak sesuai	2	7	7	14
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**326**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataa

“Urgensi spontan untuk membeli”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 0 orang (0 %) menyatakan sangat sesuai, 33 orang (33 %) menyatakan sesuai, 60 orang (60 %) menyatakan cukup sesuai dan 7 orang (7 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden bahwa Timbul Urgensi spontan untuk membeli.

Tabel 4.44

Ketidaktahanan untuk tidak membeli

Tanggapan	Bobot Skor	Frekuensi	Frekuensi Relatif (%)	Jumlah Skor
Sangat sesuai	5	12	12	60
Sesuai	4	63	63	252
Cukup sesuai	3	17	17	51
Tidak sesuai	2	8	8	16
Sangat tidak sesuai	1	0	0	0
Total		**100**	**100**	**379**

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataa “Ketidaktahanan untuk tidak membeli”. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang (12 %) menyatakan sangat sesuai, 63 orang (63 %) menyatakan sesuai, 17 orang (17 %) menyatakan cukup sesuai dan 8 orang (8 %) menyatakan tidak sesuai, dan 0 orang (0 %) menyatakan sangat tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden bahwa Timbul Ketidaktahanan untuk tidak membeli.

Tabel 4.45
Akumulasi jawaban Responden tentang Pembelian Impulsif

Item Pertanyaan	Alternatif Jawaban dan Frekuensinya					Skor Total
	5	4	3	2	1	
10	10	51	33	6	0	365
11	18	24	15	23	20	297
12	8	16	19	21	36	239
13	9	13	16	43	19	250
14	14	15	13	21	37	348
15	8	53	34	5	0	364
16	7	56	34	3	0	367
17	7	56	34	3	0	367
18	28	45	25	2	0	399
19	8	16	19	21	36	239
20	12	63	17	8	0	379
21	0	33	60	7	0	326
22	10	51	33	6	0	365
23	4	32	56	7	1	331
24	14	15	13	21	37	238
25	8	16	19	21	36	239
26	0	33	60	7	0	326
27	12	63	17	8	0	379
28	5	41	47	7	0	344
29	10	62	21	7	0	375
30	0	33	60	7	0	326
31	12	63	17	8	0	389
32	8	16	19	21	36	239
33	9	13	16	43	19	250
34	8	16	19	21	36	239
35	12	63	17	8	0	379
36	28	45	25	2	0	399
37	0	33	60	7	0	326
38	12	63	17	8	0	379
Jumlah Skor Total						**9463**
Kriteria						**Cukup Impulsif**

Sumber : data primer yang telah diolah

Untuk mengkatagorikan penilain responden tentang Pembelian Impulsif, maka penulis membuat pengkatagorian dalam garis interval sebagai berikut:

Jarak interval untuk 29 pernyataan dengan 100 orang responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden

= 1 x 29 x 100

= 2900

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden

= 5 x 29 x 100

= 14500

Interval = Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum

= 14500 – 2900

= 11600

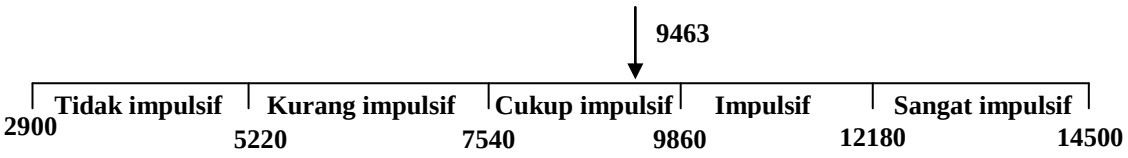
Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)

= 11600 : 5

= 2320

Dengan jarak interval sebesar 2320 pada masing-masing kategori, maka dapat digambarkan pembagian skor tanggapan responden tentang Pembelian Impulsif dalam bentuk garis kontinum adalah sebagai berikut:

Selanjutnya perhitungan dan skor disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.3
Garis Kontinum Pembelian Impulsif

Berdasarkan gambar 4.3, jumlah persentase skor tanggapan responden tentang Pembelian Impulsif diperoleh skor sebesar 9463 dan dalam pengklasifikasian jumlah skor tanggapan responden nilai tersebut termasuk dalam cukup impulsif. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa tanggapan responden tentang Lingkungan Berbelanja adalah cukup. Dengan melihat tanggapan dari responden yang menyatakan bahwa mereka sangat terkesan dengan apa yang Blossom tampilkan untuk memberikan pelayanan yang dapat memberikan subuah pengalaman yang sulit untuk dilupakan.

4.2.2 Dampak Respon Lingkungan Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif pada Blossom Factory Outlet

4.2.2.1 Analisis Verifikatif

4.2.2.1.1Analisis Regresi Linier Sederhana

Penggunaan analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk membuat model matematis dari dampak respon lingkungan berbelanja terhadap Pembelian Impulsif sehingga dari model tersebut diketahui besarnya perubahan pada Pembelian Impulsifjika dilaksanakan respon lingkungan berbelanja dilakukan perhitungan seperti yang dikemukakan oleh Sugiono (2006:204) sebagai berikut:

Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + bX$$

Dengan:

$$a = \frac{\left(\sum Y_i\right)\left(\sum X_i^2\right) - \left(\sum X_i\right)\left(\sum X_i Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

Dengan menggunakan rumus diatas maka perhitungan dapat dilakukan dengan menggunakan tabel bantu seperti di bawah ini:

Tabel 4.46
Tabel Bantu Perhitungan Koefisien Regresi

No Resp	Skor Total (X)	Skor Total (Y)	X^2	Y^2	XY
1	35,102	86,408	1232,165	7466,311	3033,105
2	31,127	79,470	968,860	6315,433	2473,615
3	33,569	80,182	1126,849	6429,219	2691,609
4	30,922	82,909	956,149	6873,859	2563,676
5	29,135	70,681	848,832	4995,828	2059,277
6	35,033	77,514	1227,334	6008,345	2715,557
7	21,705	66,105	471,089	4369,815	1434,772
8	30,694	81,295	942,135	6608,934	2495,297
9	29,135	73,927	848,832	5465,152	2153,833
10	31,844	83,624	1014,017	6993,053	2662,907
11	35,388	73,157	1252,313	5351,986	2588,892
12	28,070	87,575	787,921	7669,409	2458,229
13	11,047	51,166	122,037	2617,933	565,2294
14	29,727	86,755	883,676	7526,506	2578,951
15	13,385	51,821	179,171	2685,463	693,6546
16	28,182	76,981	794,227	5926,135	2169,492
17	31,333	99,156	981,760	9831,883	3106,855
18	29,301	78,087	858,577	6097,575	2288,065
19	29,221	78,959	853,850	6234,514	2307,237

20	25,322	62,360	641,229	3888,750	1579,107
21	26,483	66,358	701,331	4403,392	1757,337
22	26,587	75,642	706,887	5721,762	2011,128
23	28,349	73,225	803,670	5361,926	2075,866
24	26,592	77,849	707,119	6060,495	2070,143
25	29,301	73,143	858,577	5349,957	2143,211
26	32,181	78,448	1035,598	6154,082	2524,51
27	14,099	55,967	198,774	3132,327	789,066
28	14,153	57,283	200,298	3281,372	810,7105
29	24,418	92,150	596,251	8491,697	2250,152
30	22,871	63,906	523,105	4083,955	1461,621
31	23,076	73,753	532,498	5439,473	1701,913
32	22,920	63,492	525,309	4031,280	1455,221
33	29,512	82,598	870,962	6822,484	2437,647
34	30,528	80,532	931,954	6485,362	2458,467
35	26,587	67,397	706,887	4542,411	1791,918
36	33,522	68,563	1123,738	4700,943	2298,397
37	24,173	83,318	584,312	6941,870	2014,006
38	30,528	72,207	931,954	5213,834	2204,327
39	13,228	73,938	174,984	5466,886	978,0692
40	17,989	65,106	323,609	4238,742	1171,194
41	29,135	98,004	848,832	9604,793	2855,321
42	29,135	96,068	848,832	9229,070	2798,916
43	30,658	99,459	939,890	9892,016	3049,165
44	24,210	67,548	586,147	4562,787	1635,378
45	11,923	72,577	142,148	5267,382	865,3015
46	30,629	89,502	938,129	8010,531	2741,334
47	29,135	79,161	848,832	6266,468	2306,335
48	34,963	113,337	1222,403	12845,182	3962,574
49	18,096	70,064	327,468	4909,029	1267,892
50	27,828	91,945	774,370	8453,937	2558,609
51	13,385	52,673	179,171	2774,456	705,0543
52	33,483	75,904	1121,095	5761,427	2541,478
53	25,438	72,433	647,084	5246,554	1842,542
54	26,808	72,203	718,642	5213,257	1935,58
55	20,643	52,986	426,137	2807,494	1093,79
56	11,096	56,501	123,113	3192,332	626,9116
57	24,093	63,977	580,472	4093,022	1541,39
58	14,099	74,362	198,774	5529,743	1048,413
59	13,228	54,483	174,984	2968,396	720,7099
60	29,135	97,255	848,832	9458,476	2833,489
61	29,135	75,849	848,832	5753,002	2209,827
62	26,483	76,520	701,331	5855,373	2026,463
63	33,319	91,875	1110,129	8441,057	3061,154
64	29,135	93,700	848,832	8779,733	2729,931
65	23,012	78,820	529,543	6212,633	1813,795

66	26,774	97,824	716,853	9569,550	2619,153
67	30,485	103,055	929,318	10620,350	3141,605
68	25,484	94,325	649,441	8897,261	2403,799
69	18,096	62,438	327,468	3898,515	1129,885
70	20,585	81,842	423,740	6698,156	1684,719
71	26,682	84,319	711,926	7109,766	2249,806
72	18,096	67,769	327,468	4592,663	1226,357
73	33,533	78,044	1124,479	6090,870	2617,07
74	27,941	101,204	780,701	10242,168	2827,732
75	22,983	69,278	528,228	4799,468	1592,236
76	18,096	77,366	327,468	5985,551	1400,028
77	21,671	75,957	469,639	5769,508	1646,083
78	29,135	90,722	848,832	8230,536	2643,169
79	11,923	46,320	142,148	2145,563	552,2563
80	26,720	96,449	713,955	9302,492	2577,123
81	29,135	81,958	848,832	6717,150	2387,83
82	29,135	81,549	848,832	6650,279	2375,915
83	29,497	72,207	870,046	5213,834	2129,854
84	26,720	90,670	713,955	8221,115	2422,707
85	26,558	97,659	705,343	9537,240	2593,651
86	27,866	89,720	776,487	8049,767	2500,107
87	29,135	91,603	848,832	8391,020	2668,814
88	29,135	79,527	848,832	6324,576	2317,003
89	29,135	84,472	848,832	7135,435	2461,054
90	29,135	106,122	848,832	11261,956	3091,846
91	31,969	102,525	1021,992	10511,282	3277,566
92	30,610	103,188	936,953	10647,750	3158,551
93	33,449	106,159	1118,817	11269,770	3550,889
94	33,353	89,007	1112,415	7922,309	2968,652
95	30,528	93,786	931,954	8795,741	2863,08
96	33,528	96,627	1124,133	9336,747	3239,714
97	38,091	94,457	1450,949	8922,083	3597,984
98	26,483	79,029	701,331	6245,560	2092,893
99	21,671	60,051	469,639	3606,134	1301,377
100	25,446	69,577	647,506	4840,930	1770,461

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

$N = 100$

$\Sigma X = 2633{,}318$

$\Sigma Y = 7937{,}023$

$\Sigma X^2 = 73259{,}046$

$\Sigma Y^2 = 649961{,}595$

$\Sigma XY = 214876{,}586$

Maka untuk menentukan nilai a dan b adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{\left(\sum Y_i\right)\left(\sum X_i^{\,2}\right) - \left(\sum X_i\right)\left(\sum X_i Y_i\right)}{n\sum X_i^{\,2} - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$a = \frac{(7937{,}023)(73259{,}046) - (2633{,}318)(214876{,}586)}{100(73259{,}046) - (2633{,}318)^2}$$

$$a = \frac{581458748 - 565838280{,}8}{7325904{,}56 - 6934361{,}230}$$

$$a = \frac{15620467{,}2}{391543{,}330}$$

$$a = 39{,}894$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^{\,2} - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{100\left(80965{,}14\right) - \left(5010{,}84\right)\left(1564{,}15\right)}{100\left(262090{,}28\right) - \left(5010{,}84\right)^2}$$

$$b = \frac{100(214876{,}586) - (2633{,}318).\,(7937{,}023)}{100(73259{,}046) - (73259{,}046)^2}$$

$$b = \frac{21487658{,}6 - 20900702{,}48}{7325904{,}6 \; - 6934361{,}230}$$

$$b = \frac{586956{,}12}{391543{,}330}$$

$$b = 1{,}499$$

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 13.0 for window*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.47
Koefisien Regresi Linier Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39,894	4,624		8,628	,000
	lingkungan berbelanja	1,499	,171	,663	8,775	,000

a. Dependent Variable: pembelian impulsif

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka diperoleh model regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 39{,}894 + 1{,}499X$$

Dimana :
Y = Pembelian Impulsif

X = Respon lingkungan berbelanja

Dari perhitungan secara manual dan menggunakan SPSS 13 diatas didapat hasil persamaan regresi linear sederhana yaitu Y = 39,894+ 1,499X menunjukkan bahwa setiap terjadi perubahan respon lingkungan berbelanja yang dirasakan pelanggan yang datang sebesar satu satuan akan diikuti dengan perubahan pembelian impulsif sebesar 1,499 begitu juga sebaliknya. Dengan kata lain semakin baik respon lingkungan berbelanja maka semakin baik pula pembelian impulsif pelanggan yang datang pada Blossom Factory outlet, begitu pula sebaliknya.

4.2.2.1.2 Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment Method* (*Pearson*)

Untuk menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara respon lingkungan berbelanja (variabel X) dengan perilaku pembelian Impulsif (variabel Y) dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{\sqrt{\left\{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2\right\}\left\{n\sum Y_i^2 - \left(\sum Y_i\right)^2\right\}}}$$

Berdasarkan tabel 4.57 dapat disimpulkan sebagai berikut:

N	=	100
Σ X	=	2633,318
Σ Y	=	7937,023
Σ X2	=	73259,046
Σ Y2	=	649961,595
Σ XY	=	214876,586

Maka untuk menentukan nilai r adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{(100 \text{ x } 214876{,}586) - (2633{,}318)(7937{,}023)}{\sqrt{\{(100\ x\ 73259{,}046) - (2633{,}318)^2\}\{(100\ x\ 649961{,}595) - (7937{,}023)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{21487658{,}6 - 20900702}{\sqrt{\{(7325904{,}6) - (6934361{,}230)\}\{(64996159{,}5) - (62996338{,}044)\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{586956{,}119}{\sqrt{(391543{,}370)(1999821{,}456)}}$$

$$r_{xy} = \frac{586956,119}{\sqrt{783016832449,812}}$$

$$r_{xy} = \frac{586956,119}{884882,383}$$

$$r_{xy} = 0,663$$

Jika dilakukan perhitungan dengan menggunkan software *SPSS 13.0 for window*, maka output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.48
Korelasi Pelaksanaan Respon Lingkungan Berbelanja (X)
Dengan Perilaku Pembelian Impulsif (Y)

Correlations

		lingkungan berbelanja	pembelian impulsif
lingkungan berbelanja	Pearson Correlation	1	,663**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
pembelian impulsif	Pearson Correlation	,663**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan perhitungan analisis koefisien korelasi diatas, diketahui bahwa nilai r sebesar 0,663. Bila kita sesuaikan dengan kriteria nilai korelasi, maka nilai korelasi antara kedua variabel diatas termasuk korelasi kuat, karena nilai 0,663berada antara kriteria nilai korelasi 0,60 sampai dengan 0,799. Hal ini menunjukan bahwa tingkat korelasi antara respon lingkungan berbelanja dengan perilaku pembelian impulsif pelanggan Blossom adalah kuat.

4.2.2.1.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi dipergunakan untuk melihat besarnya kontribusi dampak respon lingkungan berbelanja terhadap pembelian impulsif dalam bentuk persen (%). Analisis ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

r` = koefisien korelasi

Sehingga:

KD = $0{,}663^2$ x 100%

KD = 0,439 x 100%

KD = 43,9%

Kesimpulan:

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis koefisien determinasi diatas, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan Lingkungan berdampak terhadap Pembelian Impulsif sebesar 43,9 % yang menandakan dampak tersebut **cukup berarti**. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 56,1 % merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Faktor-faktor tersebut kemungkinan

diantaranya adalah: (1) harga produk yang ditawarkan, (2) tingkat pelayanan terhadap konsumen, (3) Persaingan yang semakin ketat dalam bisnis yang sama.

4.2.2.1.4 Uji Hipotesis

Berdasarkan dari rancangan pengujian hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t. Maksud pengujian hipotesis ini adalah untuk menentukan apakah hipotesis yang digunakan oleh penulis ditolak atau diterima. Untuk menguji apakah terdapat dampak respon lingkungan berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif, penulis melakukan pengujian hipotesis dengan langkah-langkah sebagai berikut :

H_0 : ρ = 0 : tidak ada dampak signifikan antara respon lingkungan berbelanja terhadap pembelian impulsif.

H_1 : $\rho \neq 0$: ada dampak signifikan antara respon lingkungan berbelanja terhadap pembelian impulsif.

Penelitian kriteria berupa sampel sebanyak 100 orang yang digunakan sebagai responden yang diamati dengan pada tingkat signifikan 5 % α = 0,05 dan derajat kebebasan (df) = n-2 =100 – 2 = 98 dengan pengujian dua sisi sehingga dari data tersebut dapat diketahui bahwa t_{tabel} = 1,658. Selanjutnya menentukan t_{hitung} dengan menggunakan uji T. Maka hasil perhitungan pengujian hipotesi dapat dilihat di bawah ini.

$$t_{hitung} = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

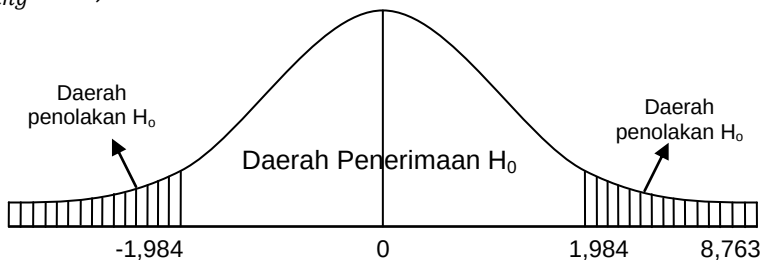
$$t_{hitung} = 0{,}663\sqrt{\frac{100-2}{1-(0{,}663)^2}}$$

$$t_{hitung} = 0{,}663\sqrt{\frac{100-2}{1-0{,}439}}$$

$$t_{hitung} = 0{,}663\sqrt{\frac{98}{0{,}561}}$$

$$t_{hitung} = 0{,}663\ \frac{9{,}899495}{0{,}748999332}$$

$$t_{hitung} = 8{,}763$$



Gambar 4.4

Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0

Berdasarkan uji hipotesis diatas menunjukan bahwa nilai t_{hitung} = 8,763 dimana nilai t_{tabel} =1,984. Sehingga terbukti bahwa terdapat hubungan signifikan antara pelaksanaan respon lingkungan berbelanja dengan pembelian impulsive. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 8,763 > 1,984. Hal ini Sesuai dengan uji signifikansi dengan kriteria penolakan dan permintaan hipotesis Ho adalah sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ada pada daerah penolakan, berarti H_1 diterima/terdapat dampak yang berarti.
b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ada pada daerah penerimaan, berarti H_1 ditolak/tidak terdapat dampak yang berarti.

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui seberapa besar dampak respon lingkungan berbelanja terhadap pembelian impulsif, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara lingkungan berbeelanja dengan pembelian impulsif. Berarti semakin baik respon lingkungan berbelanja akan memberikan dampak yang baik pula terhadap pembelian impulsif pada *Blossom*.