

## ABSTRAK

### **Lia Apriyani : Faktor-Faktor yang Mendorong Konsumen Melakukan Pembelian Impulsif Di Swalayan Mentari Menggunakan Analisis Faktor**

Pada saat melakukan pembelian yang tidak terencana sering kali konsumen tidak menyadari bahwa pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya akan berdampak pada kondisi keuangan yang tidak baik, bahkan jika hal ini terus terjadi konsumen akan terlilit hutang. Konsumen kerap kali melakukan pembelian impulsif di Swalayan Mentari karena beberapa hal yaitu swalayan tersebut menawarkan berbagai macam jenis barang sehingga konsumen terstimulasi untuk berbelanja lebih lama maka hal tersebut mendorong untuk membeli barang di luar rencana, dengan adanya penawaran potongan harga hal ini dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian impulsif karena harga produk dianggap lebih murah jika dibandingkan dengan harga normal. Terdapat banyak pengaruh yang mendorong konsumen melakukan pembelian impulsif antara lain motif hedonik, gaya hidup, kelompok referensi, suasana toko, potongan harga, dan bonus kemasan. Terkait hal ini diperlukan suatu analisis yang dapat menerangkan hubungan antar variabel independen yang diteliti yaitu analisis faktor. Oleh karena itu, perlu dicari faktor-faktor apa saja yang mendorong konsumen melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bentuk model yang mampu menerangkan faktor-faktor yang mendorong konsumen melakukan pembelian impulsif di Swalayan Mentari menggunakan analisis faktor.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Swalayan Mentari. Sampel penelitian berjumlah 97 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang terdiri dari 16 item pernyataan menggunakan skala Likert. Pada penelitian ini yang menjadi variabel yaitu motif hedonik ( $X_1$ ), gaya hidup ( $X_2$ ), kelompok referensi ( $X_3$ ), suasana toko ( $X_4$ ), potongan harga ( $X_5$ ), dan bonus kemasan ( $X_6$ ). Model yang diperoleh dari hasil analisis faktor sebagai berikut:

$$X_1 = 3,282 + 0,063F_1 + 0,793F_2$$

$$X_2 = 2,664 + 0,580F_1 + 0,100F_2$$

$$X_3 = 2,972 + 0,024F_1 + 0,800F_2$$

$$X_4 = 3,165 + 0,738F_1 - 0,041F_2$$

$$X_5 = 3,440 + 0,734F_1 + 0,048F_2$$

$$X_6 = 3,029 + 0,516F_1 + 0,433F_2$$

Hasil penelitian diperoleh dua faktor yang mendorong konsumen melakukan pembelian impulsif, yaitu faktor keinginan yang dicirikan oleh variabel gaya hidup, suasana toko, potongan harga, bonus kemasan. Faktor pendorong yang dicirikan oleh variabel motif hedonik dan kelompok referensi.

**Kata kunci:** Analisis Faktor, Data Primer, Pembelian Impulsif.