

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan dalam industri ritel modern yang ada di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan banyak sekali wajah baru pemain ritel modern yang bermunculan. Namun, ada satu hal pada perilaku pembelian konsumen di ritel modern yang mencuri perhatian. Sebagian besar konsumen di kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya, mengalami pembelian tak terencana ketika berbelanja. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian tak terencana. Dalam penelitian ini digunakan empat variabel bebas yaitu ketersediaan uang dan waktu (X_1), lingkungan toko (X_2), nilai belanja hedonis (X_3), dan emosi positif (X_4), sementara pembelian tak terencana (Y) sebagai variabel terikat.

Setelah telaah pustaka dan perumusan hipotesis, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 konsumen di Lottemart Jakarta yang telah melakukan pembelian impulsif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk analisis dan pengolahan data menggunakan bantuan SPSS versi 21.0. kemudian terdapat beberapa uji yang dilakukan dalam menganalisis data, seperti uji alat ukur, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa keempat variabel bebas berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel terikat. Variabel ketersediaan uang dan waktu berpengaruh positif 0,220 dengan tingkat signifikansi 0,002. Variabel lingkungan toko berpengaruh positif 0,222 dengan tingkat signifikansi 0,010. Variabel nilai belanja hedonis berpengaruh positif 0,219 dengan tingkat signifikansi 0,003. Dan variabel emosi positif berpengaruh positif 0,397 dengan tingkat signifikansi 0,000. Adjusted R Square dari keempat variabel tersebut sebesar 59,2 persen yang berarti bahwa keempat variabel bebas tersebut mampu menjelaskan variasi dalam variabel terikat sebesar 59,2 persen dengan 40,8 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : pembelian tak terencana, ketersediaan uang dan waktu, lingkungan toko, nilai belanja hedonis, dan emosi positif.