

Pengaruh lingkungan gerai terhadap pembelian tidak terencana pada j.co donuts coffee = The effect of store environment on impulse buying at j co donuts coffee

Griani Ajeng Wijayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20429917&lokasi=lokal>

Abstrak

Pembelian Tidak Terencana dapat dipengaruhi oleh perilaku konsumen dan juga faktor-faktor lingkungan gerai. Perilaku konsumen yang dimaksud adalah perilaku konsumen yang mendekati atau menjauhi gerai (approach/avoiding). Faktor-faktor dalam lingkungan gerai seperti faktor suasana dan faktor sosial turut berperan dalam membuat konsumen berperilaku mendekati atau menjauhi gerai. Objek dalam penelitian ini adalah salah satu waralaba lokal di Indonesia yaitu J.CO Donuts & Coffee. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi gerai J.CO Donuts & Coffee dalam kurun waktu satu bulan terakhir. Data diolah dengan menggunakan metode Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua faktor lingkungan gerai yang digunakan dalam penelitian yaitu faktor suasana dan faktor sosial terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen untuk mendekati gerai. Variabel perilaku konsumen juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana.

.....Impulse buying can be effected by consumer behavior and store environment. Consumer behavior is either approaching store or avoiding store. Store environment such as ambient cues and social cues are also involved on making consumer approaching or avoiding store. The object of this research is one of local franchise in Indonesia, J.CO Donuts & Coffee. Sample of this research is consumer who's visiting J.CO Donuts & Coffee store within a month. Data processed using Structural Equation Model (SEM). This research found that both ambient cues and social cues have significant effect on consumer approaching behavior. And consumer approaching behavior also has significant effect on impulse buying