

**PENGARUH *CONSUMER TRAITS* DAN *SITUATIONAL FACTORS*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA GENERASI MILENIAL**

(Studi pada Konsumen Toko Miniso di Kota Padang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

Ana Ardiana

1510521063

Pembimbing : Dr. Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus (Adv)

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

JULI 2019



No. Alumni Universitas	Ana Ardiana	No. Alumni Fakultas
------------------------	--------------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir: Padang/10 September 1997, b) Nama Orang Tua: Arizal dan Yulisdian, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1510521063, f) Tanggal Lulus: 10 Juli 2019, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,39 i) Lama Studi: 3 Tahun 11 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Koto Lua RT 001/RW 001 Kel. Koto Luar Kec. Pauh Kota Padang Sumatera Barat.

PENGARUH CONSUMER TRAITS DAN SITUATIONAL FACTORS TERHADAP IMPULSE BUYING PADA GENERASI MILENIAL (Studi pada Konsumen Toko Miniso di Kota Padang)

Skripsi Oleh : *Ana Ardiana*
Pemimbing : *Dr. Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus (Adv)*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Consumer Traits* dan *Situational Factors* terhadap *Impulse Buying* pada konsumen generasi milenial toko Miniso di Kota Padang. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen generasi milenial toko Miniso di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan kriteria atau karakteristik konsumen generasi milenial dengan rentang usia 19 tahun sampai 39 tahun yang sudah pernah berbelanja di toko Miniso Kota Padang. Sampel penelitian ini yaitu sebanyak 120 orang yang dipilih dengan metode *survey explanatory kuantitatif*. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 16 dan *SmartPLS (Partial Least Square)* versi 2.0 M3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Consumer Traits* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* dan *Situational Factors* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*.

Kata Kunci : *Consumer Traits; Situational Factors; Impulse Buying; dan Generasi Milenial*

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal **10 Juli 2019**

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr. Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus (Adv)	Asmi Abbas, SE, M.M	Dian Rani Yolanda, SE, M.Bus

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE., M.Si
NIP. 197208262003122004



Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus :

Petugas Fakultas/Universitas		
No. Alumni Fakultas	Nama	TandaTangan
No. Alumni Universitas	Nama	TandaTangan