

HALAMAN MOTTO

“Janganlah ubah dirimi hanya agar mereka menyukaimu. Hebatkan dirimu agar mau tidak mau mereka harus menerimamu.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Terimakasih kepada Allah Swt, yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini pada waktunya.

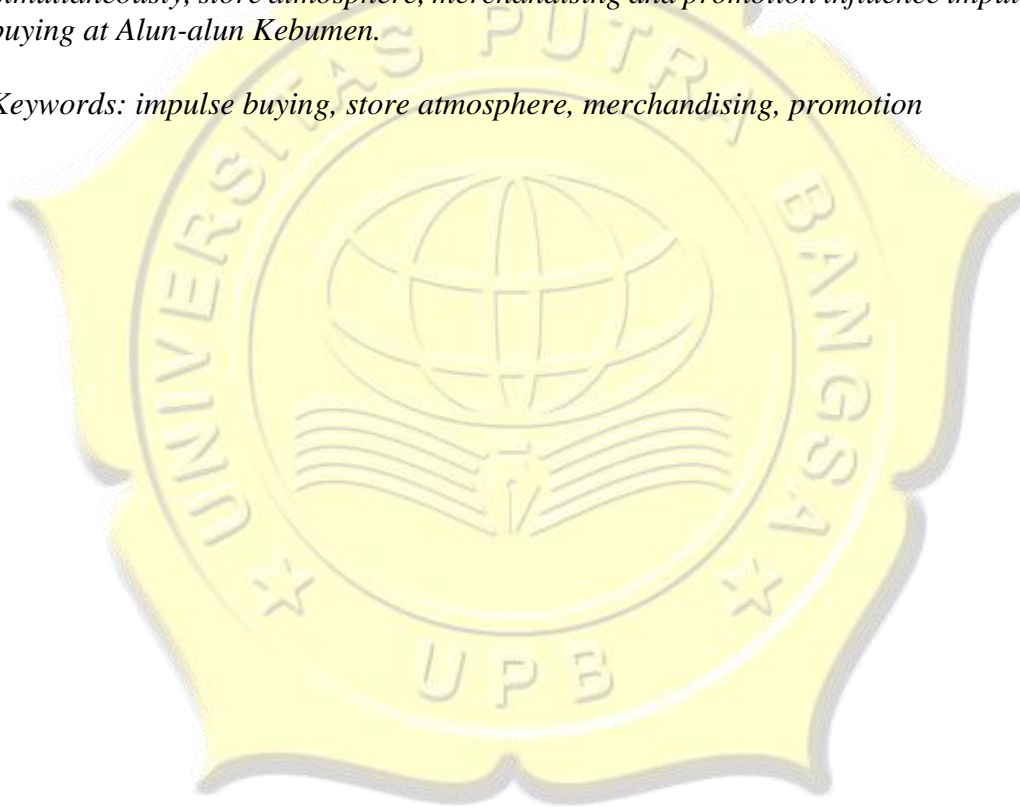
Skripsi ini Penulis mempersembahkannya kepada:

1. Kedua orangtua saya yang sudah merawat, membesarkan, mendidik dengan penuh kesabaran dan kasih sayang dan selalu memberikan support serta selalu mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Dosen Pembimbing, Ibu Feby Evelyn, S. E., M. M. yang telah membimbing saya dengan sangat baik dan penuh kesabaran sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
3. Suami saya yang selalu memberikan semangat.
4. Teman-teman yang selalu memberikan hiburan dan bantuan.

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of store atmosphere, merchandising and promotion on impulse buying at Alfamart Alun-alun Kebumen. The sampling technique used a purposive sampling method, this research took a sample of 100 respondents. The data analysis tool uses the help of a computer application program, namely SPSS for Windows version 25 which includes Instrument Validity and Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Regression Analysis and Hypothesis Testing. The results of this research show that all variables are valid and reliable, there is no multicollinearity, there is no heteroscedasticity and the model meets the assumptions of normality. The results of this research partially show that store atmosphere, merchandising and promotion have an influence on impulse buying at Alfamart Alun-alun Kebumen. Simultaneously, store atmosphere, merchandising and promotion influence impulse buying at Alun-alun Kebumen.

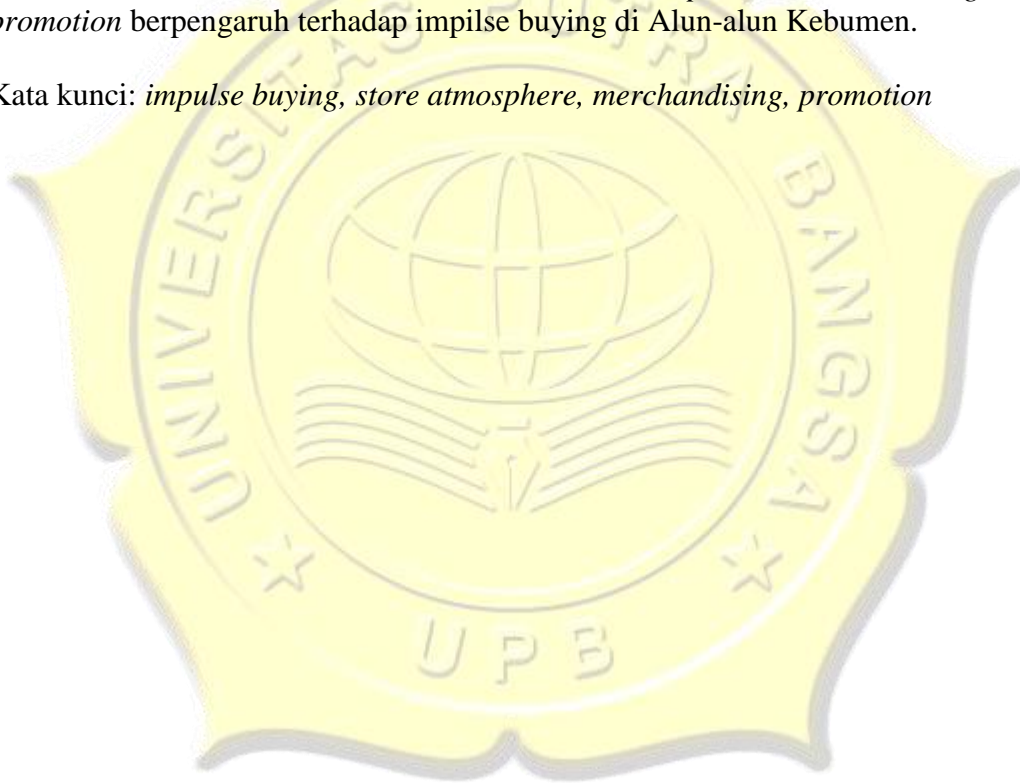
Keywords: impulse buying, store atmosphere, merchandising, promotion



ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *store atmosphere*, *merchandising* dan *promotion* terhadap *impulse buying* di Alfamart Alun-alun Kebumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Alat analisis data menggunakan bantuan program aplikasi komputer yaitu SPSS for windows version 25 yang meliputi Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda serta Uji Hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan model memenuhi asumsi normalitas. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial *store atmosphere*, *merchandising* dan *promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying* di Alfamart Alun-alun Kebumen. Secara simultan *store atmosphere*, *merchandising* dan *promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying* di Alun-alun Kebumen.

Kata kunci: *impulse buying*, *store atmosphere*, *merchandising*, *promotion*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh *Store Atmosphere*, *Merchandising* dan *Promotion* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Pada Konsumen Alfamart Alun-alun Kebumen)**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literature. Namun penulis sangat sadar bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Feby Evelyn, S. E., M. M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarah dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. Kedua orang tua, yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat serta selalu mendoakan.
3. Suami saya yang selalu memberikan semangat.
4. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang memberikan ilmu-ilmu melalui kegiatan mengajar.
5. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulisan skripsi.
6. Semua pihak yang yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 29 Agustus 2023

Penulis,



Ayu Novi Astuti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DEPN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAKS.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Tinjauan Teori.....	13
2.1.1. <i>Impulse Buying</i>	13
2.1.2. <i>Store Atmosphere</i>	17
2.1.3. <i>Merchandising</i>	21
2.1.1. <i>Promotion</i>	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	31
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	38
2.4. Model Empiris.....	39

2.5. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	42
3.2. Variabel Penelitian	42
3.3. Definisi Operasional Variabel	43
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	46
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.6. Populasi dan Sampel.....	49
3.7. Teknik Analisis.....	51
3.8. Alat Analisis Data.....	52
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	61
4.2. Analisis Deskriptif.....	63
4.3. Analisis Statistik.....	66
4.4. Pembahasan	79
BAB V SIMPULAN	63
5.1. Simpulan.....	63
5.2. Keterbatasan	63
5.3. Implikasi	64
5.3.1. Implikasi Praktis	64
5.3.2. Implikasi Teoritis	65
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel I – 1 Hasil Observasi.....	3
Tabel I – 2 Miniriset Variabel.....	4
Tabel II – 1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel III – 1 Indikator dan Butir Variabel <i>Impulse Buying</i> pada Kuisisioner.....	44
Tabel III – 2 Indikator dan Butir Variabel <i>Store Atmosphere</i> pada Kuisisioner.....	44
Tabel III – 3 Indikator dan Butir Variabel <i>Merchandising</i> pada Kuisisioner.....	45
Tabel III – 4 Indikator dan Butir Variabel <i>Promotion</i> pada Kuisisioner.....	46
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	65
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i>	67
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i>	67
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas <i>Merchandising</i>	68
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas <i>Promotion</i>	69
Tabel IV - 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel IV - 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel IV - 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel IV - 12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	76
Tabel IV - 13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	77
Tabel IV - 14 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar I – 1 Data Penjualan Ritel Modern di Indonesia Tahun 2021	2
Gambar II – 1 Model Empiris	39
Gambar IV – 1 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	72
Gambar IV - 2 Hasil Uji Normalitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	74
Lampiran 2 Data Responden.....	78
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	68
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	68
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	72
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	73
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	76
Lampiran 9 Tabel r.....	77
Lampiran 10 Tabel t.....	80
Lampiran 11 Tabel F.....	83
Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi.....	86
Lampiran 13 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	87

