

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *MERCHANDISE* DAN PROMOSI
TERHADAP *IMPLUSE BUYING* PADA SWALAYAN
SURYA SOEKARNO HATTA PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Herlin Defita Sari

N I M : 14413345

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2018

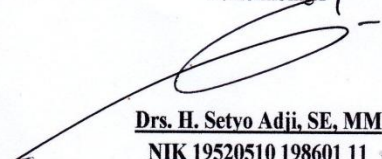
HALAMAN PENGESAHAN

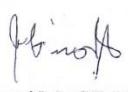
Judul : Pengaruh *Store Atmosphere*, *Merchandise* dan Promosi terhadap *Impulse Buying* pada Swalayan Surya Soekarno Hatta Ponorogo
Nama : Herlin Defita Sari
NIM : 14413345
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
Dijikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Stara Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 21 Mei 2018
Pembimbing II

Pembimbing I


Drs. H. Setvo Adji, SE, MM
NIK 19520510 198601 11


Siti Chamidah, SE, M.Si
NIK 19710519 201401 11

Mengetahui,
Dean Fakultas Ekonomi

Liti Rapini, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

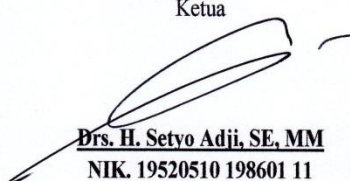



Dosen Penguji

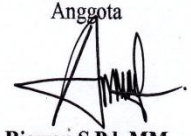
Ketua

Sekretaris

Anggota


Drs. H. Setvo Adji, SE, MM
NIK. 19520510 198601 11


Adi Santoso, SE, MM
NIK. 19881127 201603 13


Riawan S.Pd, MM
NIK. 19851205 201603 13

ABSTRAK

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *MERCHANDISE* DAN
PROMOSI TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA SWALAYAN
SURYA SOEKARNO HATTA PONOROGO**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Store Atmosphere*, *Merchandise* dan Promosi terhadap *Impulse Buying* pada Swalayan Surya Soekarno Hatta Ponorogo. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi 17 butir pertanyaan yang disebarakan kepada konsumen 85 responden. Kuesioner yang dapat diolah 85 responden. Dengan variabel-variabel yang ingin diteliti yaitu *Store Atmosphere*, *Merchandise* dan Promosi terhadap *Impulse Buying*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik kombinasi *sampling purposive* dan *sampling incidental*. Dengan metode analisi menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel *Store Atmosphere*, *Merchandise* dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*.

Kata Kunci: Pengaruh *Store Atmosphere*, *Merchandise*, Promosi, *Impulse Buying*.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Pertama rasa puja dan puji syukur terpanjatkan untuk Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari jaman jahiliyah hingga jaman islamiyah seperti saat ini serta keluarga serta orang terdekat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE MERCHANDISE DAN PROMOSI TERHADAP IMPULSE BUYING PADA SWALAYAN SURYA SOEKARNO-HATTA PONOROGO”**.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penyusunan ini skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Drs. H. Sulton M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan wadah bagi mahasiswa untuk menimba ilmu dan memperluas pengetahuan serta pengalaman.
2. Titi Rapi, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Ponorogo yang telah membina tenaga pendidik dan mahasiswa.
3. Dra. Umi Farida, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk segera menyelesaikan tugas akhir.
4. H. Setyo Adji, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan Siti Chamidah, SE, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah berkenan secara tulus, ikhlas dan sabar meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk memberikan bimbingan, motivasi dan arahan yang sangat bermakna untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Seluruh staff dan karyawan Swalayan Surya Soekarno-Hatta Ponorogo yang telah membantu penelitian.

7. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan serta memberikan nasehat tanpa henti.
8. Terimakasih untuk Anton Tri Prasetyo yang selalu meluangkan waktunya mendengarkan keluh kesah serta tidak henti memberikan omelan dan semangat.
9. Terimakasih untuk sahabat saya Diah Safitri, Alifta Luluk Nur Fuaida, Risa Sintiawati Sugiarto dan teman teman Seperjuangan kelas Manajemen A yang memberikan doa, kebersamaan dan semangat dan juga hiburan.

Dalam menyusun skripsi ini peneliti masih banyak kekurangan karena masih dalam proses pembelajaran untuk menjadi yang lebih baik. Oleh karena itu, peneliti dengan kerendahan hati mengharap saran dan masukan yang bersifat membangun demi hasil yang terbaik untuk skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Ponorogo, 21 Mei 2018

Peneliti



(HERLIN DEFITA SARI)
NIM. 14413345

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan hasil karya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan. Selama pengetahuan saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka skripsi ini.

Ponorogo, 21 Mei 2018

Penulis


(HERLIN DEFFITA SARI)
Nim. 14413345

MOTTO

“ Man jadda waa jadda ”

(barang siapa yang bersungguh-sungguh

pasti dia akan berhasil)

“ Be yourself and make it your journey “

(jadilah dirimu sendiri dan buatlah kisah perjalananmu)

“ Khoirunnaasi ahsanuhum hulkhou wa

anfanguhum lid dzaa sii “

(Sebaik-baik manusia itu, adalah yang terlebih

baik budi pekertinya dan yang lebih

bermanfaat bagi manusia)

DAFTAR ISI

Cover	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vii
Motto	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran dan Bauran Pemasaran Ritel	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	15
2.1.3 Keputusan Pembelian	23

2.1.4	<i>Impuls Buying</i>	25
2.1.5	<i>Store Atmosphere</i>	27
2.1.6	<i>Merchandise</i>	40
2.1.7	Promosi.....	41
2.2	Penelitian Terdahulu	45
2.3	Kerangka Pemikiran.....	47
2.4	Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN		50
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	50
3.2	Populasi dan Sampel	50
3.2.1	Populasi.....	50
3.2.2	Sampel	51
3.3	Metode Pengambilan Data.....	52
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	53
3.4.1	Variabel Independen atau Variabel Bebas (X).....	53
3.4.2	Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)	55
3.5	Metode Analisis Data.....	57
3.5.1	Uji Instrumen.....	57
3.5.2	Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.5.3	Uji Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Hasil Penelitian	61
4.1.1	Sejarah Swalayan Surya Ponorogo	61

4.1.2	Perkembangan Swalaya Surya Ponorogo.....	62
4.1.3	Visi Misi Swalayan Surya Ponorogo	63
4.1.4	Bidang Swalayan Surya Ponorogo.....	64
4.1.5	Hasil Pengumpulan Data.....	69
4.1.6	Karakteristik Responden	70
4.1.7	Hasil Uji Deskriptif Tanggapan Responden.....	72
4.1.8	Uji Kualitas Data.....	76
4.1.9	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	80
4.1.10	Uji Hipotesis.....	83
4.2	Pembahasan.....	92
4.1.1	<i>Store Atmosphere</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap <i>Impuls Buying</i>	92
4.1.2	<i>Merchandise</i> Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap <i>Impuls Buying</i>	94
4.1.3	Promosi Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap <i>Impuls Buying</i>	95
BAB V PENUTUP.....		97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 4.1 Rekapitulasi Kuesioner yang Dapat Diolah.....	69
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden.....	71
Tabel 4.3 Ringkasan Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Store Atmosphere.....	73
Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Merchandise	73
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi	74
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Tanggapan Responden Impulse Buying	75
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel X dan Y....	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	79
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Uji T (parsial).	84
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Uji F(serempak)	90
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	91
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran Ritel	10
Gambar 2.2 Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 2.3 Store Atmosphere.....	29
Gambar 2.4 Model dari Dampak Suasana Toko	35
Gambar 2.5 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian	48
Gambar 4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 X1: Store Atmosphere	85
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 X2 : Merchandise	87
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan H0 Penolakan X3 : Promosi.....	89
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan daerah Penolakan Interaksi secara serempak store atmosphere (X1), merchandise (X2), promosi (X3) dan impulse buying (Y).....	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Daftar Pertanyaan (Kuesioner)

Lampiran 3 Hasil Pengumpulan Data Primer

Lampiran 4 Hasil Pengujian Karakteristik Responden

Lampiran 5 Tabel Hasil Uji Distribusi Frekuensi

Lampiran 6 Tabel Hasil Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Lampiran 8 Tabel T, Tabel F ($\alpha = 5$), Tabel Korelasi, dan Tabel Durbin-Watson



