





## UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO FAKULTAS EKONOMI

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
Telp (0352) 481124, Fax. (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website : www.umpo.ac.id  
Akreditasi Institusi oleh BAN-PT = B  
(SK Nomor 169/SK/Akred/PT/IV/2015)

Nomor : 679/IV.4/PN/2017  
Hal : Ijin Penelitian

27 November 2017

Kepada :

Yth Pimpinan Surya Ponorogo  
Jl. Soekarno Hatta No. 41 Mangkujayan, Banyu dono, Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo

*Assalaamualaikum w. w.*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	TITI RAPINI, SE., MM.
NIP	:	19630505 199003 2 003
Jabatan	:	Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama	:	HERLIN DEFITA SARI
NIM	:	14413345
Semester	:	VII
Jurusan	:	Manajemen
No. HP	:	081233745340
Lokasi/Objek	:	Surya Ponorogo
Lama Penelitian	:	3 Bulan
Bidang	:	Pemasaran
Judul Skripsi	:	Pengaruh Store Atmosphere, Merchandise dan Promosi terhadap Impulse Buying Pada Surya Ponorogo

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam hal ini mohon diberi kesempatan untuk mengadakan penelitian pada Instansi/Perusahaan yang saudara Pimpin guna melaksanakan tugas skripsi.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

*Wassalaamualaikum w. w.*

Dekan,

TITI RAPINI, SE., MM  
NIP 19630505 199003 2 003



## KUESIONER PENELITIAN

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



PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO  
2018

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

Yth. Bapak/Ibu Responden

Saya memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini dibuat untuk meneliti “Pengaruh *Store Atmosphere, Merchandise*, dan Promosi Terhadap *Impulse Buying* Pada Swalayan Surya Soekarno Hatta Ponorogo”. Informasi Bapak/Ibu sangat berguna bagi penelitian ini, karena Saudara/i adalah orang yang tepat untuk mengutarakan pengalaman dan pendapat mengenai hal ini. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan benar.

Sesuai dengan kode etik penelitian, jawaban Saudara/i akan saya jaga kerahasiaannya. Atas waktu dan kerja sama Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Peneliti  
  
Herlin Defita Sari

(14413345)

## **PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER**

1. Dalam kuesioner ini, kami telah menyediakan beberapa pernyataan/pertanyaan mengenai **Pengaruh Store Atmosphere, Merchandise, dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Swalayan Surya Soekarno Hatta Ponorogo.**
2. Kami mohon bantuan dan kesediaan Saudara/i untuk membaca secara cermat dan menjawab seluruh pernyataan/ pertanyaan yang ada.
3. Kami mohon Saudara/i memberikan tanda “Silang” (X) pada huruf pilihan jawaban yang tersedia yang menurut Saudara/i merupakan jawaban paling sesuai atau paling tepat. Apabila tidak tersedia jawaban yang tepat, Saudara/i dapat memilih satu jawaban yang paling mendekati yang sesuai dengan kondisi yang Saudara/i hadapi. Kami berharap jawaban yang diberikan berdasarkan kondisi yang objektif, dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
4. Apabila Saudara/i ingin mengubah jawaban yang sudah terlanjur disilang (X), tanda silang (X) yang salah tersebut agar dicoret dengan membubuhkan tanda sama dengan (=) dan diparaf di sampingnya.
5. Saudara/i dimohon untuk memberikan tanggapan yang sesuai atas pernyataan-pernyataan berikut dengan memilih jawaban yang tersedia dengan cara disilang (X). Jika menurut Saudara/i tidak ada jawaban yang tepat, maka jawaban dapat diberikan pada pilihan yang paling mendekati. Pilihan jawaban adalah sebagai berikut:

Petunjuk pengisian :

<b>STS</b>	Sangat Tidak Setuju	1
<b>TS</b>	Tidak Setuju	2
<b>RR</b>	Ragu-ragu	3
<b>S</b>	Setuju	4
<b>SS</b>	Sangat Setuju	5



## I. Karakteristik Responden

1. Nama Responden:.....

2. Umur

Dewasa usia 18-49 tahun

Orang tua 50 tahun keatas

3. Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

4. Pekerjaan

Mahasiswa / mahasiswi

Ibu Rumah Tangga

Wiraswasta

Lain-lain

PNS

5. Sudah Berapa kali anda datang ke Swalayan ini:

Baru pertama kali

2-5 kali

lebih dari 5 kali

6. Barang yang anda beli untuk:

Diri sendiri

Keluarga

Orang lain

## II. DAFTAR PERTANYAAN

### A. *Store Atmosphere (Suasana Toko)*

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Pengaturan tata letak fisik toko pada swalayan surya soekarno hatta ponorogo tertata dengan baik sehingga memudahkan saya untuk menemukan barang yang cari					
2.	Papan tanda dan grafik petunjuk lokasi barang di swalayan surya soekarno hatta ponorogo terlihat jelas					
3.	Ruangan pada swalayan surya soekarno hatta ponorogo memiliki warna yang menarik					
4.	Aroma yang terdapat pada swalayan surya soekarno hatta ponorogo harum sehingga nyaman berada didalamnya.					
5.	Pencahayaan pada swalayan surya soekarno hatta ponorogo sudah baik sehingga memudahkan saya dalam memilih produk					

### **B. Merchandise**

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Produk yang tersedia diswalyan surya soekarno hatta ponorogo lengkap					
2.	Swalyan surya soekarno hatta ponorogo menyediakan berbagai pilihan merek yang beragam dari produk sejenis					
3.	Swalyan surya soekarno hatta ponorogo menyediakan produk dengan mutu yang terjamin.					
4.	Swalyan surya soekarno hatta ponorogo menyediakan produk dengan stok terbaru.					

### **C. Promosi**

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Iklan tentang Swalyan surya soekarno hatta ponorogo sering dijumpai melalui radio, media social, dan brosur dengan menyebutkan adanya diskon.					
2.	SPG (Sales Promotion Girl) Swalyan surya soekarno hatta					

	ponorogo memberikan pelayanan dengan baik					
3.	Swalayan surya soekarno hatta ponorogo sering mengadakan program pembagian potongan harga pada hari					
4.	Saya mendapatkan informasi tentang potongan harga dari konsumen lain yang pernah membeli di Swalayan surya soekarno hatta ponorogo					

#### D. Impulse Buying

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya sering membeli sesuatu secara spontan di Swalayan surya soekarno hatta ponorogo.					
2.	Saya sering membeli sesuatu tanpa memikirkan terlebih dahulu di Swalayan surya soekarno hatta ponorogo					
3.	Saya melihatnya, saya membelinya, ini mengambarkan diri saya ketika berbelanja di					

	Swalayan surya soekarno hatta ponorogo				
4.	Kadang-kadang saya merasa suka membeli sesuatu secara mendadak tanpa difikirkan terlebih dahulu di Swalayan surya soekarno hatta ponorogo				
5.	Saya membeli sesuatu menurut bagaimana perasaan saya pada waktu sedang berbelanja di Swalayan surya soekarno hatta ponorogo				





## JAWABAN RESPONDEN

### ***STORE ATMOSPHERE (X1)***

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	5	22
4	4	5	5	4	22
4	4	5	4	4	21
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	4	21
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
5	3	4	5	3	20

3	5	4	5	5	22
3	4	4	4	4	19
3	5	4	3	5	20
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	23
4	5	5	5	5	24
4	4	5	4	4	21
4	4	4	5	4	21
4	5	4	5	5	23
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	23
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	5	23
4	5	4	4	5	22
4	4	4	5	4	21
5	4	5	5	4	23
4	5	4	5	5	23
4	5	5	4	5	23
4	4	4	5	4	21
4	5	4	5	5	23
4	5	4	4	5	22
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	5	24
5	4	5	5	4	23
4	5	4	5	5	23
5	4	5	4	4	22
4	5	4	5	5	23
5	4	5	4	4	22
4	5	4	5	5	23
5	4	5	4	4	22
5	4	5	4	4	22
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	5	24
4	5	4	5	5	23
5	5	5	4	5	24
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	5	24
4	4	4	5	4	21

5	5	5	4	5	24
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	5	24
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	5	24
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22



## JAWABAN RESPONDEN

### MERCHANDISE (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	5	4	5	18
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
4	5	5	5	19
5	4	4	4	17

4	4	4	3	15
4	5	4	4	17
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
4	5	4	5	18
4	4	5	5	18
4	5	5	5	19
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
4	5	5	5	19
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
5	4	4	5	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	5	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18

5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
5	5	4	5	19
4	4	4	5	17



**JAWABAN RESPONDEN**

**PROMOSI (X3)**

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
4	5	4	5	18
4	4	5	5	18
4	5	5	5	19
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
4	5	4	5	18
4	5	5	5	19
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
5	4	4	5	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18

5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	5	4	5	18
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

4	5	4	4	17
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
4	5	5	5	19
5	4	4	4	17
4	4	4	3	15
4	5	4	4	17
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18



## JAWABAN RESPONDEN

### ***IMPULSE BUYING (Y)***

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
5	5	4	4	4	22
4	5	4	5	5	23
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
5	4	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	5	22
5	4	5	4	5	23
5	4	4	5	5	23
4	5	5	5	5	24
5	4	4	4	4	21



5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	4	22
5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	4	22
5	4	5	4	5	23
5	5	4	5	4	23
4	4	4	5	5	22





LAMPIRAN 4

HASIL PENGUJIAN  
KARAKTERISTIK  
RESPONDEN

## HASIL UJI

### KARAKTERISTIK RESPONDEN

**Statistics**

		Pekerjaan	Umur	Jenis Kelamin	Sudah berapa kali anda datang ke swalayan ini	Barang yang anda beli untuk
N	Valid	85	85	85	85	85
	Missing	0	0	0	0	0

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	mahasiswa	12	14.1	14.1	14.1
	wirausaha	14	16.5	16.5	30.6
	Pns	13	15.3	15.3	45.9
	ibu rumah tangga	22	25.9	25.9	71.8
	lain-lain	24	28.2	28.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	umur 18 sampai 49 tahun	62	72.9	72.9	72.9
	diantas 50 tahun	23	27.1	27.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	16	18.8	18.8	18.8
	perempuan	69	81.2	81.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Sudah berapa kali anda datang ke swalayan ini**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	baru pertama kali	3	3.5	3.5	3.5
	lebih dari dua kali	82	96.5	96.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Barang yang anda beli untuk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	diri sendiri	11	12.9	12.9	12.9
	keluarga	74	87.1	87.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	



## HASIL UJI DISTRIBUSI FREKUENSI SEMUA VARIABEL

**Statistics**

	SA1	SA2	SA3	SA4	SA5	<i>Store Atmosphere</i>
N	Valid	85	85	85	85	85
	Missing	0	0	0	0	0

**SA1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
ragu-ragu	3	3.5	3.5	3.5
setuju	62	72.9	72.9	76.5
sangat setuju	20	23.5	23.5	100.0
Total	85	100.0	100.0	

**SA2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
setuju	57	67.1	67.1	68.2
sangat setuju	27	31.8	31.8	100.0
Total	85	100.0	100.0	

**SA3**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid setuju	61	71.8	71.8	71.8
sangat setuju	24	28.2	28.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

**SA4**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
setuju	50	58.8	58.8	60.0
sangat setuju	34	40.0	40.0	100.0
Total	85	100.0	100.0	

**SA5**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
setuju	57	67.1	67.1	68.2
sangat setuju	27	31.8	31.8	100.0
Total	85	100.0	100.0	

### ***Store Atmosphere***

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	19	1	1.2	1.2	1.2
	20	28	32.9	32.9	34.1
	21	21	24.7	24.7	58.8
	22	11	12.9	12.9	71.8
	23	13	15.3	15.3	87.1
	24	10	11.8	11.8	98.8
	25	1	1.2	1.2	100.0
Total	85	100.0		100.0	

### **Statistics**

	M1	M2	M3	M4	Merchandise
N	Valid	85	85	85	85
	Missing	0	0	0	0

### **M1**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
	setuju	56	65.9	65.9	67.1
	sangat setuju	28	32.9	32.9	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**M2**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
	setuju	50	58.8	58.8	60.0
	sangat setuju	34	40.0	40.0	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**M3**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	setuju	61	71.8	71.8	71.8
	sangat setuju	24	28.2	28.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**M4**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
	setuju	50	58.8	58.8	60.0
	sangat setuju	34	40.0	40.0	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

### ***Merchandise***

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	14	1	1.2	1.2	1.2
	15	1	1.2	1.2	2.4
	16	20	23.5	23.5	25.9
	17	18	21.2	21.2	47.1
	18	35	41.2	41.2	88.2
	19	8	9.4	9.4	97.6
	20	2	2.4	2.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

### ***Statistics***

	P1	P2	P3	P4	Promosi
N	Valid	85	85	85	85
	Missing	0	0	0	0

### **P1**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
	setuju	56	65.9	65.9	67.1
	sangat setuju	28	32.9	32.9	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
	setuju	51	60.0	60.0	61.2
	sangat setuju	33	38.8	38.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	60	70.6	70.6	70.6
	sangat setuju	25	29.4	29.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
	setuju	51	60.0	60.0	61.2
	sangat setuju	33	38.8	38.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

### Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	1	1.2	1.2	1.2
	15	1	1.2	1.2	2.4
	16	20	23.5	23.5	25.9
	17	18	21.2	21.2	47.1
	18	36	42.4	42.4	89.4
	19	7	8.2	8.2	97.6
	20	2	2.4	2.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

### IM1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
	Setuju	56	65.9	65.9	67.1
	sangat setuju	28	32.9	32.9	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

### IM2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
	setuju	50	58.8	58.8	60.0
	sangat setuju	34	40.0	40.0	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**IM3**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid setuju	61	71.8	71.8	71.8
sangat setuju	24	28.2	28.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

**IM4**

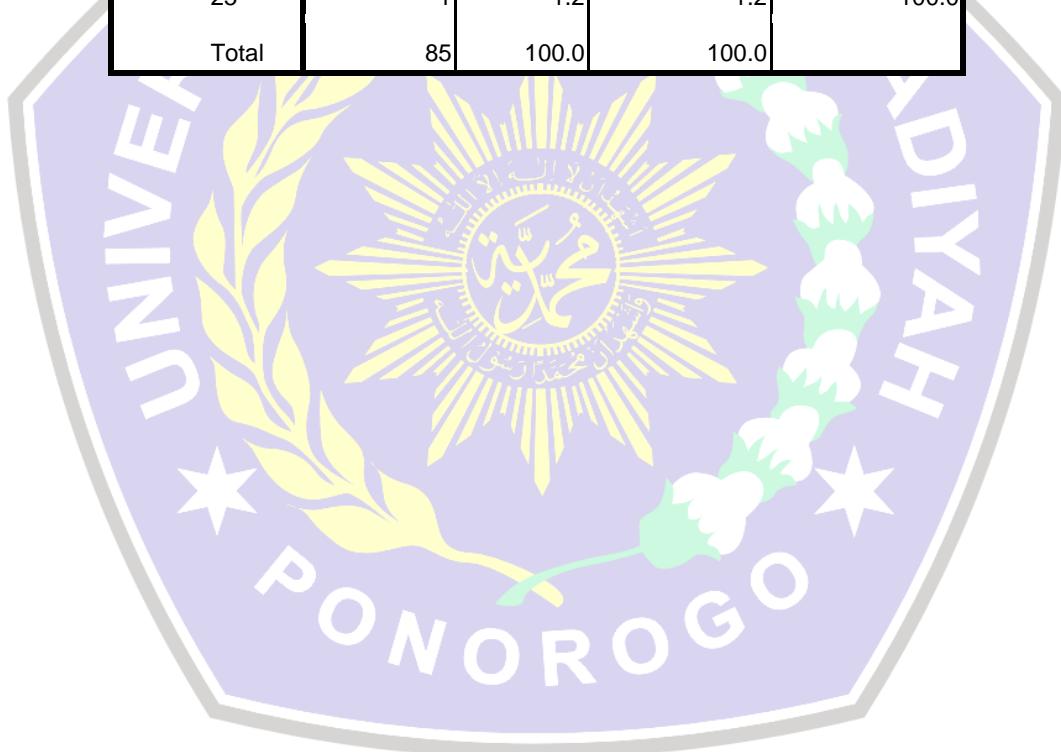
	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid ragu-ragu	1	1.2	1.2	1.2
setuju	50	58.8	58.8	60.0
sangat setuju	34	40.0	40.0	100.0
Total	85	100.0	100.0	

**IM5**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid setuju	53	62.4	62.4	62.4
sangat setuju	32	37.6	37.6	100.0
Total	85	100.0	100.0	

*Impuls Buying*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	1	1.2	1.2	1.2
	19	1	1.2	1.2	2.4
	20	17	20.0	20.0	22.4
	21	15	17.6	17.6	40.0
	22	24	28.2	28.2	68.2
	23	20	23.5	23.5	91.8
	24	6	7.1	7.1	98.8
	25	1	1.2	1.2	100.0
Total		85	100.0	100.0	





LAMPIRAN 6

TABEL HASIL UJI

KUALITAS DATA

( UJI VALIDITAS DAN

UJI RELIABILITAS)

## HASIL UJI VALIDITAS

### VARIABEL STORE ATMOSPHER (X1)

		Correlations					
		SA1	SA2	SA3	SA4	SA5	Store Atmosphere
SA1	Pearson Correlation	1	.091	.664 **	-.029	.091	.584 **
	Sig. (2-tailed)		.409	.000	.794	.409	.000
	N	85	85	85	85	85	85
SA2	Pearson Correlation	.091	1	.251 *	-.052	1.000 **	.754 **
	Sig. (2-tailed)	.409		.021	.637	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
SA3	Pearson Correlation	.664 **	.251 *	1	-.067	.251 *	.670 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.021		.540	.021	.000
	N	85	85	85	85	85	85
SA4	Pearson Correlation	-.029	-.052	-.067	1	-.052	.285 **
	Sig. (2-tailed)	.794	.637	.540		.637	.008
	N	85	85	85	85	85	85
SA5	Pearson Correlation	.091	1.000 **	.251 *	-.052	1	.754 **
	Sig. (2-tailed)	.409	.000	.021	.637		.000
	N	85	85	85	85	85	85
Store Atmosphere	Pearson Correlation	.584 **	.754 **	.670 **	.285 **	.754 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.008	.000	
	N	85	85	85	85	85	85

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

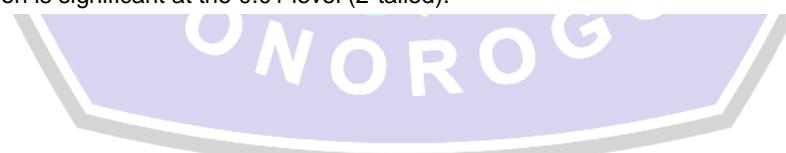
## HASIL UJI VALIDITAS

### VARIABEL *MERCHANDISE* (X2)

**Correlations**

		M1	M2	M3	M4	<i>Merchandise</i>
M1	Pearson Correlation	1	-.023	.287 <sup>**</sup>	-.070	.512 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.837	.008	.527	.000
	N	85	85	85	85	85
M2	Pearson Correlation	-.023	1	-.119	.594 <sup>**</sup>	.672 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.837		.280	.000	.000
	N	85	85	85	85	85
M3	Pearson Correlation	.287 <sup>**</sup>	-.119	1	-.119	.421 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.008	.280		.280	.000
	N	85	85	85	85	85
M4	Pearson Correlation	-.070	.594 <sup>**</sup>	-.119	1	.651 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.527	.000	.280		.000
	N	85	85	85	85	85
<i>Merchandise</i>	Pearson Correlation	.512 <sup>**</sup>	.672 <sup>**</sup>	.421 <sup>**</sup>	.651 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## HASIL UJI VALIDITAS

### VARIABEL PROMOSI (X3)

**Correlations**

		P1	P2	P3	P4	Promosi
P1	Pearson Correlation	1	-.055	.266*	-.102	.481**
	Sig. (2-tailed)		.617	.014	.352	.000
	N	85	85	85	85	85
P2	Pearson Correlation	-.055	1	-.123	.590**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.617		.264	.000	.000
	N	85	85	85	85	85
P3	Pearson Correlation	.266*	-.123	1	-.072	.441**
	Sig. (2-tailed)	.014	.264		.514	.000
	N	85	85	85	85	85
P4	Pearson Correlation	-.102	.590**	-.072	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.352	.000	.514		.000
	N	85	85	85	85	85
Promosi	Pearson Correlation	.481**	.657**	.441**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## HASIL UJI VALIDITAS

### VARIABEL ***IMPULSE BUYING*** (Y)

<b>Correlations</b>						
		IM1	IM2	IM3	IM4	IM5
IM1	Pearson Correlation	1	-.023	.287 <sup>**</sup>	-.070	.289 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.837	.008	.527	.007
	N	85	85	85	85	85
IM2	Pearson Correlation	-.023	1	-.119	.594 <sup>**</sup>	-.068
	Sig. (2-tailed)	.837		.280	.000	.538
	N	85	85	85	85	85
IM3	Pearson Correlation	.287 <sup>**</sup>	-.119	1	-.119	.484 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.008	.280		.280	.000
	N	85	85	85	85	85
IM4	Pearson Correlation	-.070	.594 <sup>**</sup>	-.119	1	.075
	Sig. (2-tailed)	.527	.000	.280		.496
	N	85	85	85	85	85
IM5	Pearson Correlation	.289 <sup>**</sup>	-.068	.484 <sup>**</sup>	.075	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.538	.000	.496	
	N	85	85	85	85	85
Impuls Buying	Pearson Correlation	.526 <sup>**</sup>	.530 <sup>**</sup>	.520 <sup>**</sup>	.564 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## HASIL UJI RELIABILITAS

### VARIABEL STORE ATMOSPHERE (X1)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SA1	38.76	7.206	.459	.712
SA2	38.66	6.704	.667	.672
SA3	38.68	7.053	.570	.695
SA4	38.58	8.033	.114	.772
SA5	38.66	6.704	.667	.672
Store Atmosphere	21.48	2.157	1.000	.566

## HASIL UJI RELIABILITAS

### VARIABEL *MERCHANDISE* (X2)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SA1	38.76	7.206	.459	.712
SA2	38.66	6.704	.667	.672
SA3	38.68	7.053	.570	.695
SA4	38.58	8.033	.114	.772
SA5	38.66	6.704	.667	.672
Store Atmosphere	21.48	2.157	1.000	.566

## **HASIL UJI RELIABILITAS**

### **VARIABEL PROMOSI (X3)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.690	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	30.41	4.126	.284	.698
P2	30.35	3.707	.492	.632
P3	30.44	4.249	.253	.706
P4	30.35	3.707	.492	.632
Promosi	17.36	1.234	1.000	.279

## HASIL UJI RELIABILITAS

### VARIABEL *IMPULSE BUYING* (Y)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	85	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	85	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IM1	39.19	6.250	.376	.685
IM2	39.12	6.200	.373	.685
IM3	39.22	6.342	.382	.686
IM4	39.12	6.105	.414	.676
IM5	39.13	5.995	.497	.660
Impuls Buying	21.75	1.855	1.000	.432

**LAMPIRAN 7**

**HASIL UJI ANALISIS**

**REGRESI BERGANDA**

The logo of the University of Muhammadiyah Ponorogo is a watermark in the background. It features a purple octagonal border with the text "UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO" repeated twice around the perimeter. Inside the border is a yellow sunburst design with a central emblem containing Arabic calligraphy. A green and yellow wreath surrounds the center.

## HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi (X3), Mercandise (X2), Store Atmosphere (X1) <sup>a</sup>		.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.951 <sup>a</sup>	.904	.901	.429

a. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Mercandise (X2), Store Atmosphere (X1)

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	140.930	3	46.977	255.698	.000 <sup>a</sup>
Residual	14.881	81	.184		
Total	155.812	84			

a. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Mercandise (X2), Store Atmosphere (X1)

b. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-1.545	1.292			-1.196	.235
Store Atmosphere (X1)	.149	.040	.160	3.696	.000	
Mercandise (X2)	1.052	.051	.867	20.516	.000	
Promosi (X3)	.105	.044	.086	2.376	.020	

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)





**TABEL T**

Df	.25	.20	.15	.10	.05	.025	.02	.01	.005	.0025	.001	.0005
1	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.71	15.89	31.82	63.66	127.3	318.3	636.6
2	.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	4.849	6.965	9.925	14.09	22.33	31.60
3	.765	.978	1.250	1.638	2.353	3.182	3.482	4.541	5.841	7.453	10.21	12.92
4	.741	.941	1.190	1.533	2.132	2.776	2.999	3.747	4.604	5.598	7.173	8.610
5	.727	.920	1.156	1.476	2.015	2.571	2.757	3.365	4.032	4.773	5.893	6.869
6	.718	.906	1.134	1.440	1.943	2.447	2.612	3.143	3.707	4.317	5.208	5.959
7	.711	.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.517	2.998	3.499	4.029	4.785	5.408
8	.706	.889	1.108	1.397	1.860	2.306	2.449	2.896	3.355	3.833	4.501	5.041
9	.703	.883	1.100	1.383	1.833	2.262	2.398	2.821	3.250	3.690	4.297	4.781
10	.700	.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.359	2.764	3.169	3.581	4.144	4.587
11	.697	.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.328	2.718	3.106	3.497	4.025	4.437
12	.695	.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.303	2.681	3.055	3.428	3.930	4.318
13	.694	.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.282	2.650	3.012	3.372	3.852	4.221
14	.692	.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.264	2.624	2.977	3.326	3.787	4.140
15	.691	.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.249	2.602	2.947	3.286	3.733	4.073
16	.690	.865	1.071	1.337	1.746	2.120	2.235	2.583	2.921	3.252	3.686	4.015
17	.689	.863	1.069	1.333	1.740	2.110	2.224	2.567	2.898	3.222	3.646	3.965
18	.688	.862	1.067	1.330	1.734	2.101	2.214	2.552	2.878	3.197	3.611	3.922
19	.688	.861	1.066	1.328	1.729	2.093	2.205	2.539	2.861	3.174	3.579	3.883
20	.687	.860	1.064	1.325	1.725	2.086	2.197	2.528	2.845	3.153	3.552	3.850
21	.663.	.859	1.063	1.323	1.721	2.080	2.189	2.518	2.831	3.135	3.527	3.819
22	.686	.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.183	2.508	2.819	3.119	3.505	3.792
23	.685	.858	1.060	1.319	1.714	2.069	2.177	2.500	2.807	3.104	3.485	3.768
24	.685	.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.172	2.492	2.797	3.091	3.467	3.745
25	.684	.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.167	2.485	2.787	3.078	3.450	3.725
26	.684	.856	1.058	1.315	1.706	2.056	2.162	2.479	2.779	3.067	3.435	3.707
27	.684	.855	1.057	1.314	1.703	2.052	2.15	2.473	2.771	3.057	3.421	3.690
28	.683	.855	1.056	1.313	1.701	2.048	2.154	2.467	2.763	3.047	3.408	3.674
29	.683	.854	1.055	1.311	1.699	2.045	2.150	2.462	2.756	3.038	3.396	3.659
30	.683	.854	1.055	1.310	1.697	2.042	2.147	2.457	2.750	3.030	3.385	3.646
40	.681	.851	1.050	1.303	1.684	2.021	2.123	2.423	2.704	2.971	3.307	3.551
50	.679	.849	1.047	1.295	1.676	2.009	2.109	2.403	2.678	2.937	3.261	3.496
60	.679	.848	1.045	1.296	1.671	2.000	2.099	2.390	2.660	2.915	3.232	3.460
80	.678	.846	1.043	1.292	1.664	1.990	2.088	2.374	2.639	2.887	3.195	3.416
100	.677	.845	1.042	1.290	1.660	1.984	2.081	2.364	2.626	2.871	3.174	3.390
inf.	.674	.841	1.036	1.282	1.64	1.960	2.054	2.326	2.576	2.807	3.091	3.291

**TABEL F****STATISTIC  $\alpha = 0,05$** 

df2\df1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88
500	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90	1.85
1000	3.85	3.00	2.61	2.38	2.22	2.11	2.02	1.95	1.89	1.84

**TABEL R<sup>2</sup>**

		Tabel nilai kritis untuk r Pearson Product Moment							
dk=n-2	Probabilitas 1 ekor								
	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0025	0,001	0,0005	
	Probabilitas 2 ekor								
	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,01	0,002	0,001	
1	0,951	0,988	0,997	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	
2	0,800	0,900	0,950	0,980	0,990	0,995	0,998	0,999	
3	0,687	0,805	0,878	0,934	0,959	0,974	0,986	0,991	
4	0,608	0,729	0,811	0,882	0,917	0,942	0,963	0,974	
5	0,551	0,669	0,754	0,833	0,875	0,906	0,935	0,951	
6	0,507	0,621	0,707	0,789	0,834	0,870	0,905	0,925	
7	0,472	0,582	0,666	0,750	0,798	0,836	0,875	0,898	
8	0,443	0,549	0,632	0,715	0,765	0,805	0,847	0,872	
9	0,419	0,521	0,602	0,685	0,735	0,776	0,820	0,847	
10	0,398	0,497	0,576	0,658	0,708	0,750	0,795	0,823	
11	0,380	0,476	0,553	0,634	0,684	0,726	0,772	0,801	
12	0,365	0,458	0,532	0,612	0,661	0,703	0,750	0,780	
13	0,351	0,441	0,514	0,592	0,641	0,683	0,730	0,760	
14	0,338	0,426	0,497	0,574	0,623	0,664	0,711	0,742	
15	0,327	0,412	0,482	0,558	0,606	0,647	0,694	0,725	
16	0,317	0,400	0,468	0,543	0,590	0,631	0,678	0,708	
17	0,308	0,389	0,456	0,529	0,575	0,616	0,662	0,693	
18	0,299	0,378	0,444	0,516	0,561	0,602	0,648	0,679	

19	0,291	0,369	0,433	0,503	0,549	0,589	0,635	0,665
20	0,284	0,360	0,423	0,492	0,537	0,576	0,622	0,652
21	0,277	0,352	0,413	0,482	0,526	0,565	0,610	0,640
22	0,271	0,344	0,404	0,472	0,515	0,554	0,599	0,629
23	0,265	0,337	0,396	0,462	0,505	0,543	0,588	0,618
24	0,260	0,330	0,388	0,453	0,496	0,534	0,578	0,607
25	0,255	0,323	0,381	0,445	0,487	0,524	0,568	0,597
26	0,250	0,317	0,374	0,437	0,479	0,515	0,559	0,588
27	0,245	0,311	0,367	0,430	0,471	0,507	0,550	0,579
28	0,241	0,306	0,361	0,423	0,463	0,499	0,541	0,570
29	0,237	0,301	0,355	0,416	0,456	0,491	0,533	0,562
30	0,233	0,296	0,349	0,409	0,449	0,484	0,526	0,554
35	0,216	0,275	0,325	0,381	0,418	0,452	0,492	0,519

dk=n-2	Probabilitas 1 ekor							
	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0025	0,001	0,0005
	Probabilitas 2 ekor							
	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,01	0,002	0,001
40	0,202	0,257	0,304	0,358	0,393	0,425	0,463	0,490
45	0,190	0,243	0,288	0,338	0,372	0,403	0,439	0,465
50	0,181	0,231	0,273	0,322	0,354	0,384	0,419	0,443
60	0,165	0,211	0,250	0,295	0,325	0,352	0,385	0,408
70	0,153	0,195	0,232	0,274	0,302	0,327	0,358	0,380
80	0,143	0,183	0,217	0,257	0,283	0,307	0,336	0,357

90	0,135	0,173	0,205	0,242	0,267	0,290	0,318	0,338
100	0,128	0,164	0,195	0,230	0,254	0,276	0,303	0,321
150	0,105	0,134	0,159	0,189	0,208	0,227	0,249	0,264
200	0,091	0,116	0,138	0,164	0,181	0,197	0,216	0,230
300	0,074	0,095	0,113	0,134	0,148	0,161	0,177	0,188
400	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128	0,140	0,154	0,164
500	0,057	0,073	0,088	0,104	0,115	0,125	0,138	0,146
1000	0,041	0,052	0,062	0,073	0,081	0,089	0,098	0,104





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jl. Budih Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
Telp (0352) 481124, Fax. (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website : www.umpo.ac.id  
Akreditasi Institusi oleh BAN-PT = B  
(SK Nomor 169/SK/Akred/PT/IV/2015)

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

1. Nama Mahasiswa : **HERLIN DEFITA SARI**
2. NIM : 14413345
3. Jurusan : Manajemen
4. Bidang : Pemasaran
5. Alamat : Desa Glonggong RT.23 RW.02 Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun
6. Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere, Merchandise dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Swalayan Surya Ponorogo
7. Masa Pembimbingan : September 2017 s/d Agustus 2018
8. Tanggal Mengajukan Skripsi :
9. Konsultasi :

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
14/11-12	Ace Proposale	el.
18/12/17	Ace Proposal	el.
22/2-17.	Revisi Bab I & II	el.
03/1-2018.	Ace I S&B + Angket	el.
4/1 2018	Revisi Bab III	el.
6/1 2018	Ace Bab IV	el.
29/1 2018	Revisi Bab IV	el.
	Ace Bab V	el.
07/2/18	Revisi Bab VI	el.
19/2/18	Ace Bab VI	el.
	Ace akhir	el.

10. Tanggal Selesai Penulisan Skripsi : \_\_\_\_\_
11. Keterangan Bimbingan Telah selesai : \_\_\_\_\_
12. Telah Di Evaluasi/Di Uji Dengan Nilai : \_\_\_\_\_ (angka)  
\_\_\_\_\_  
(huruf)

Pembimbing,

**Drs. H. SETYO ADJI, MM**  
NIP. 19520510 198601 1 001

Ponorogo, 15 Desember 2017  
Dekan,

**TITI RAPINI, SE, MM**  
NIP. 19630505 199003 2 003