

## **J. Lampiran**

- 1. Berita Acara Bimbingan**
- 2. Sertifikat HaKI**
- 3. Rekapitulasi data penelitian**











REPUBLIK INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

# SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202133448, 15 Juli 2021

## Pencipta

Nama : **Dicky Andrea Irawan, Adi Santoso, S.E., M.M. dkk**  
Alamat : Dukuh Nglodo RT 3 RW 2 Ds. Bancar Kec. Bungkal Kab. Ponorogo Jawa Timur 63462, Ponorogo, JAWA TIMUR, 63462  
Kewarganegaraan : Indonesia

## Pemegang Hak Cipta

Nama : **Universitas Muhammadiyah Ponorogo**  
Alamat : Jalan Budi Utomo 10 Ronowijayan Siman Ponorogo Gedung D Rektorat Lantai 3, Ponorogo, JAWA TIMUR, 63471  
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Poster**  
Judul Ciptaan : **ANALISA PERILAKU IMPLUSE BUYING KONSUMEN DI SWALAYAN SURYA SOEKARNO HATTA PONOROGO**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 9 Juli 2021, di Ponorogo

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.

Nomor pencatatan : 000260229

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL



Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.  
NIP. 196611181994031001

## Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

**LAMPIRAN PENCIPTA**

No	Nama	Alamat
1	Dicky Andrea Irawan	Dukuh Nglodo RT 3 RW 2 Ds. Bancar Kec. Bungkal Kab. Ponorogo Jawa Timur 63462
2	Adi Santoso, S.E., M.M.	Jalan Pramuka Nomor 102B RT 4 RW 3 Mangunsuman Siman Ponorogo
3	Sri Hartono, S.E., M.M.	Desa Panggung Kec. Barat Kab. Magetan





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**  
**LEMBAGA PELAYANAN PERPUSTAKAAN**  
Jalan Budi Utomo 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia  
Telp (0352) 481124, 487662 Fax (0351) 461796  
Website: [library.umpo.ac.id](http://library.umpo.ac.id)  
**TERAKREDITASI A**  
(SK Nomor 00137/LAP.PT/III.2020)

---

**SURAT KETERANGAN**  
**HASIL SIMILIARITY CHECK KARYA ILMIAH MAHASISWA**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

Dengan ini kami nyatakan bahwa karya ilmiah dengan rincian sebagai berikut;

Nama : Dicky Andrea Irawan

NIM : 15413699

Prodi : Manajemen

Judul : Analisa Perilaku Impluse Buying Konsumen Di Swalayan Surya  
Soekarno Hatta Ponorogo

Dosen pembimbing;

1. : Adi Santoso, SE.,MM.
2. : Sri Hartono, SE., MM.

Telah dilakukan Check Plagiasi berupa haki di L2P Universitas MuhammadiyahPonorogo dengan prosentase kesamaan sebesar 23%.

Demikian keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 05/07/2021

Petugas pemeriksa



(Mohamad Ulil Albab, SIP)

NIK. 1989092720150322

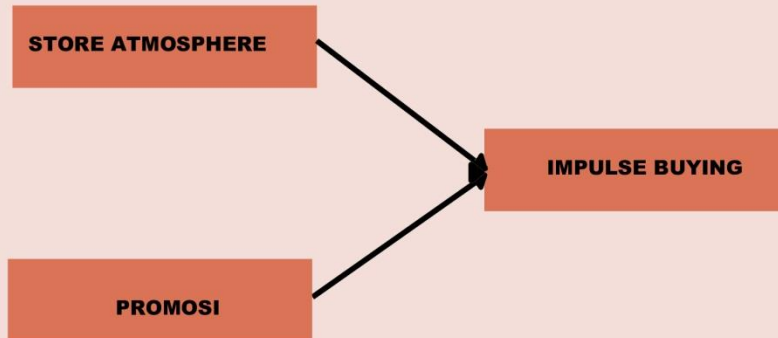
Nb: Dosen pembimbing dimohon untuk mengecek kembali keaslian softfile karya ilmiah yang telah diperiksa melalui Turnitin perpustakaan





## ANALISA PERILAKU IMPULSE BUYING KONSUMEN DI SWALAYAN SURYA SOEKARNO HATTA PONOROGO

DICKY ANDREA IRAWAN, ADI SANTOSO, SRI HARTONO



STORE ATMOSPHERE BERPENGARUH POSITIF DAN SIGNIFIKAN TERHADAP IMPULSE BUYING PADA SWALAYAN SURYA SOEKARNO HATTA PONOROGO DENGAN ARAH POSITIF. ARTINYA SEMAKIN TINGGI STORE ATMOSPHERE MAKA AKAN SEMAKIN TINGGI IMPULSE BUYING PADA SWALAYAN SURYA SOEKARNO HATTA PONOROGO. PADA DASARNYA STORE ATMOSPHERE DI SWALAYAN SURYA SOEKARNO HATTA PONOROGO SUDAH BAGUS JADI MAMPU MEMPENGARUHI KONSUMEN UNTUK MELAKUKAN PEMBELIAN YANG TIDAK TERENCANA. PROMOSI BERPENGARUH POSITIF DAN SIGNIFIKAN TERHADAP IMPULSE BUYING PADA SWALAYAN SURYA SOEKARNO HATTA PONOROGO KE ARAH POSITIF. ARTINYA DENGAN BANYAKNYA PROMOSI DI SWALAYAN SURYA SOEKARNO HATTA PONOROGO MAKA AKAN TERJADI PEMBELIAN YANG TIDAK DIRENCANAKAN OLEH KONSUMEN. DENGAN ADANYA PROMOSI DI SWALAYAN SURYA SOEKARNO HATTA PONOROGO AKAN TERJADI PELUANG BANYAK BAGI SWALAYAN TERSEBUT YANG MELAKUKAN IMPULSE BUYING.



## Lampiran 1. Kuisisioner

### 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. Promosi

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Iklan tentang Swalayan surya soekarno hatta ponorogo sering dijumpai melalui radio, media social, dan brosur dengan menyebutkan adanya diskon.		★			
2.	SPG (Sales Promotion Girl) Swalayan surya soekarno hatta ponorogo memberikan pelayanan dengan baik					
3.	Saya mendapatkan informasi tentang potongan harga dari konsumen lain yang pernah membeli di Swalayan surya soekarno hatta ponorogo					

**C. 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 menggambarkan 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					

Lampiran 2. Rekapitulasi Tanggapan responden

<i>STORE ATMOSPHERE (X1)</i>						<i>PROMOSI (X2)</i>			
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2
4	4	4	4	4	20	4	5	5	14
4	4	4	4	4	20	5	5	5	15
4	4	4	4	4	20	3	3	4	10
4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
4	4	4	4	4	20	4	4	5	13
4	4	4	5	4	21	4	5	5	14
4	4	4	5	4	21	4	5	4	14
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
4	5	4	4	5	22	4	4	4	12
4	4	5	5	4	22	4	5	4	13
4	4	5	4	4	21	4	5	4	13
5	4	4	4	4	21	4	4	5	13
5	4	4	4	4	21	5	5	5	15
4	4	4	5	4	21	4	5	4	13
4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
4	4	4	5	4	21	4	5	5	14
4	4	4	4	4	20	4	5	5	14
4	4	4	4	4	20	5	5	4	14
4	5	4	4	5	22	5	5	4	14
4	4	4	4	4	20	4	4	5	14
4	4	4	4	4	20	5	5	4	14
4	5	4	4	5	22	4	4	5	13
4	4	4	4	4	20	5	4	4	13



4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
4	4	4	4	4	20	5	4	5	14
4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
4	4	4	4	4	20	5	4	5	14
4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
4	4	4	4	4	20	5	4	5	14
4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
4	4	4	4	4	20	5	4	5	14
4	4	5	4	4	21	4	5	4	13
5	5	5	4	5	24	5	4	5	14
5	3	4	5	3	20	4	5	4	13
3	5	4	5	5	22	5	4	5	14
3	4	4	4	4	19	4	5	4	13
3	5	4	3	5	20	5	4	5	14
4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
5	4	5	5	4	23	5	4	5	14
4	5	5	5	5	24	4	5	4	14
4	4	5	4	4	21	5	4	5	14
4	4	4	5	4	21	4	5	4	13
4	5	4	5	5	23	5	4	5	14
4	4	4	5	4	21	4	4	5	13
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
5	4	5	5	4	23	5	5	4	14
4	4	4	5	4	21	4	5	4	13
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
4	5	4	5	5	23	4	4	4	12

4	5	4	4	5	22	5	5	4	14
4	4	4	5	4	21	4	4	4	12
5	4	5	5	4	23	4	4	4	12
4	5	4	5	5	23	4	4	4	12
4	5	5	4	5	23	5	4	4	13
4	4	4	5	4	21	5	4	4	13
4	5	4	5	5	23	4	4	4	12
4	5	4	4	5	22	4	4	4	12
4	4	4	5	4	21	4	4	4	12
5	5	5	4	5	24	5	4	4	13
5	4	5	5	4	23	5	4	4	13
4	5	4	5	5	23	4	4	4	12
5	4	5	4	4	22	4	4	4	12
4	5	4	5	5	23	4	4	5	13
5	4	5	4	4	22	4	4	4	12
4	5	4	5	5	23	4	4	4	12
5	4	5	4	4	22	4	4	4	12
4	4	4	5	4	21	5	5	4	14
5	5	5	4	5	24	4	4	4	12
4	5	4	5	5	23	4	4	4	12
5	5	5	4	5	24	4	4	4	12
4	4	4	5	4	21	5	4	4	13
5	5	5	4	5	24	4	4	4	12
4	4	4	5	4	21	4	4	4	12
5	5	5	4	5	24	4	5	4	13
4	4	4	5	4	21	5	4	5	14
5	5	5	4	5	24	5	4	4	13
4	4	4	5	4	21	4	5	5	14

5	5	5	4	5	24	5	4	4	13
4	4	4	5	4	21	4	4	4	12
5	5	5	4	5	24	4	5	4	13
5	5	5	5	5	25	5	4	4	13
4	4	5	5	4	22	4	4	5	13

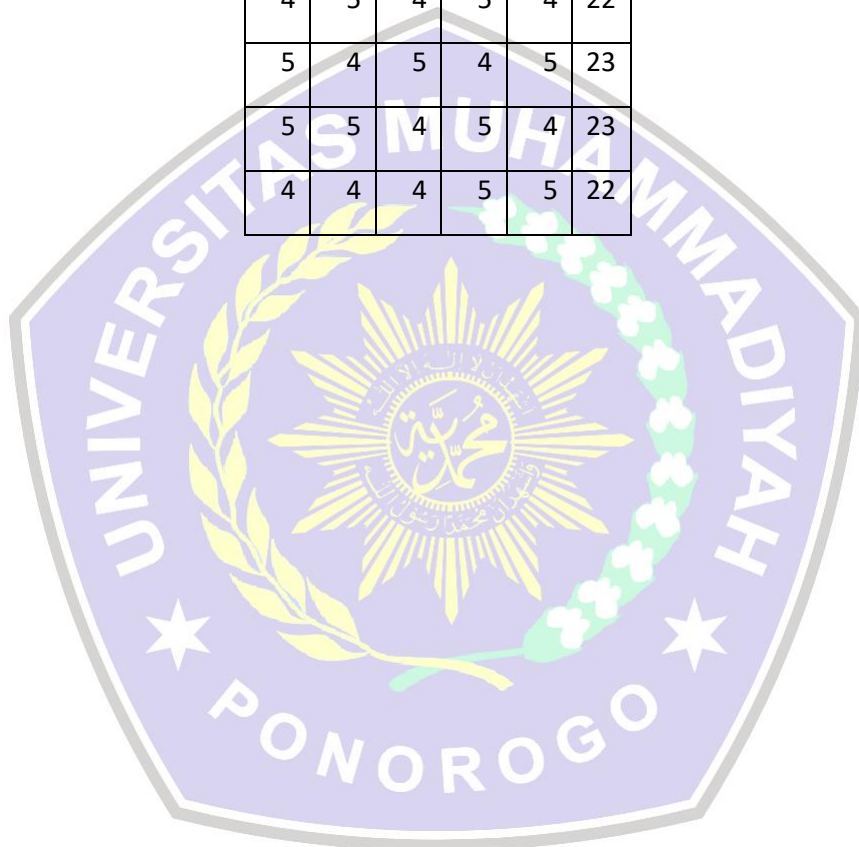
IMPULSE BUYING					
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
5	5	4	4	4	22
4	5	4	5	5	23
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
5	4	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
5	4	4	4	4	21



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
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
4	4	4	3	4	19
4	5	4	4	4	21
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	4	18
4	5	4	5	4	22
4	4	5	5	5	23
4	5	5	5	4	23
4	5	4	4	4	21

4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	5	23
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	4	24
4	5	4	4	4	21
4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	5	23
4	5	5	5	5	24
4	5	5	4	5	23
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	4	23
4	4	5	4	4	21
5	5	4	5	5	24
4	4	5	4	5	22
5	4	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22
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
4	5	4	5	4	22
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
4	5	4	5	4	22
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
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 3. 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
	diatas 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	

**Lampiran 4. HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL STORE *ATMOSPHER* (X1)**

**Correlations**

		SA1	SA2	SA3	SA4	SA5	Store <i>Atmosphere</i>
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
<i>Store Atmosphere</i>	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).

**Correlations**

		SA1	SA2	SA3	SA4	SA5	Store <i>Atmosphere</i>
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
<i>Store Atmosphere</i>	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 0.05 level (2-tailed).

## HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL PROMOSI (X2)

### Correlations

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

### Correlations

		IM1	IM2	IM3	IM4	IM5	<i>Impuls Buying</i>
IM1	Pearson Correlation	1	-.023	.287**	-.070	.289**	.526**
	Sig. (2-tailed)		.837	.008	.527	.007	.000
	N	85	85	85	85	85	85
IM2	Pearson Correlation	-.023	1	-.119	.594**	-.068	.530**
	Sig. (2-tailed)	.837		.280	.000	.538	.000
	N	85	85	85	85	85	85
IM3	Pearson Correlation	.287**	-.119	1	-.119	.484**	.520**
	Sig. (2-tailed)	.008	.280		.280	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85
IM4	Pearson Correlation	-.070	.594**	-.119	1	.075	.564**
	Sig. (2-tailed)	.527	.000	.280		.496	.000
	N	85	85	85	85	85	85
IM5	Pearson Correlation	.289**	-.068	.484**	.075	1	.626**
	Sig. (2-tailed)	.007	.538	.000	.496		.000
	N	85	85	85	85	85	85
Impuls Buying	Pearson Correlation	.526**	.530**	.520**	.564**	.626**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85

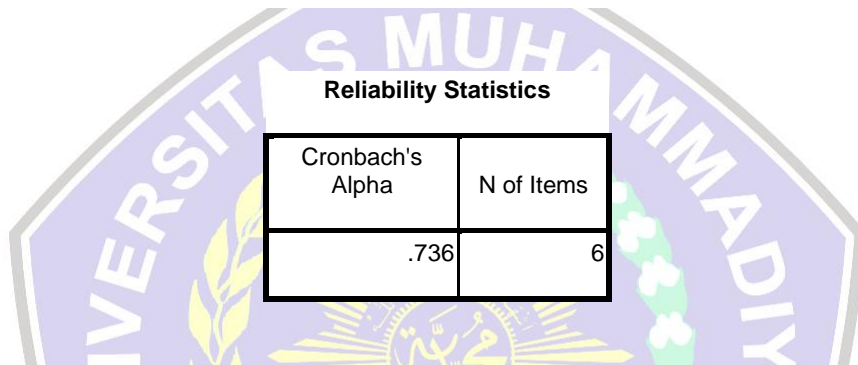
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran 5. 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**

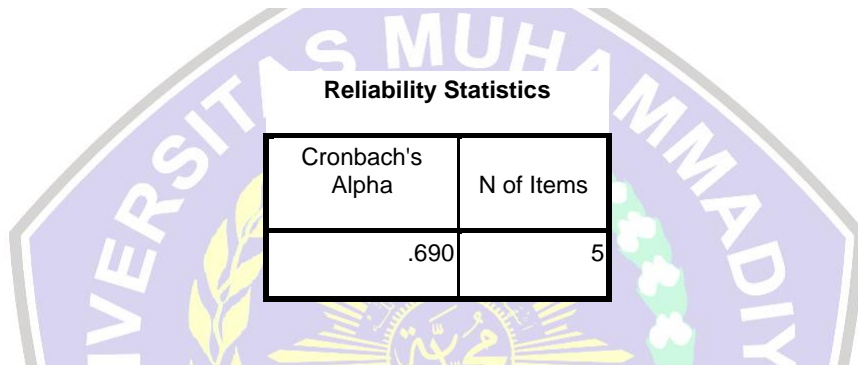
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SA1	38.76	7.206	.459	.712
SA2	38.66	6.704	.667	.672
SA3	38.68	7.053	.570	.695
SA4	38.58	8.033	.114	.772
SA5	38.66	6.704	.667	.672
Store Atmosphere	21.48	2.157	1.000	.566

## HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL PROMOSI (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
.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
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 6. HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi (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 (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 (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
	Promosi (X2)	.105	.044	.086	2.376	.020

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

