

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Studi Kasus Pada Matahari *Departement Store* Daan Mogot Mall
Jakarta Barat)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Irmah Citrawati
NIM : 43113010101**

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Irmah Citrawati

Nim : 43113010101

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 22 Januari 2017



Irmah Citrawati

NIM : 43113010101

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Irmah Citrawati
NIM : 43113010101
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* Studi Kasus Pada Matahari *Departement Store* Daan Mogot Mall Jakarta Barat.
Tanggal Lulus Ujian : 28 Februari 2017

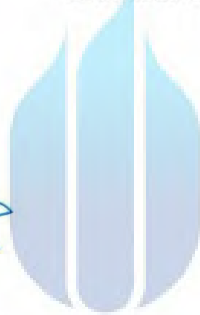
Disahkan Oleh:

Pembimbing,



Zulfitri, M.Si, MM

Tanggal: 06-03-2017



Ketua Penguji

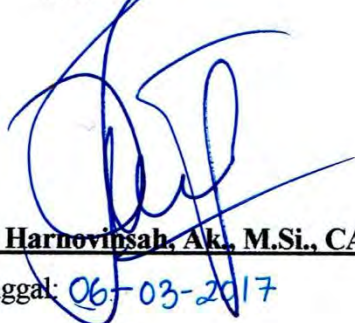


Tri Wahyono, SE, MM

Tanggal: 06-03-2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal: 06-03-2017

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dudi Permana Ph.D

Tanggal: 06-03-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* (Studi Kasus Pada Matahari *Departement Store* Daan Mogot Mall Jakarta Barat)”**. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Zulfitri, M. Si, MM selaku dosen pembimbing proposal skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kepada orang tua tercinta dan kakak saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana Ph.d selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Zulfitri M. Si, MM selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan ilmu, motivasi, dan bimbingannya.

6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Untuk sahabat terbaik Dessy, Megawati, Sulastri, Fitri, Andrena, Ririn, dan Rafky yang selalu memberikan semangat dan kebahagiaan.
8. Untuk teman spesial Wahyu Eko Prasetyo yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
9. Untuk sahabat terbaik di Warkop Manajemen 2013 yang selalu memberikan kebahagiaan.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk dan saran masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Januari 2017

Irmah Citrawati

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	13
1. Pemasaran	13
a. Pengertian Pemasaran	13
b. Bauran Pemasaran	14
2. Komunikasi Pemasaran	15
3. Retail Modern	16
a. Pengertian Retail Modern	16
b. Bauran Pemasaran Ritel	18
4. Perilaku Konsumen	20
5. Store Atmosphere	22

a.	Pengertian Store Atmosphere	22
b.	Elemen-elemen Store Atmosphere	22
c.	Tujuan Store Atmosphere	24
d.	Pengaruh Suasana (Atmosphere) toko	26
6.	Promosi	27
a.	Pengertian Promosi	27
b.	Bauran Promosi	28
c.	Promosi Penjualan	30
d.	Pengelompokan Jenis Promosi Penjualan.....	31
e.	Alat-alat Promosi Penjualan	32
f.	Tujuan Promosi Penjualan	34
7.	Impulse Buying	35
a.	Pengertian Impulse Buying	35
b.	Faktor Impulse Buying	36
c.	Tipe Impulse Buying	36
d.	Karakteristik Impulse Buying	37
8.	Hubungan Antar Variabel	38
9.	Penelitian Terdahulu	41
B.	Rerangka Pemikiran	45
C.	Hipotesis	46

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian	47
B.	Desain Penelitian	47
C.	Definisi dan Operasional Variabel	48
1.	Definisi Variabel	48
2.	Operasional Variabel	49
D.	Skala Pengukuran	54
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	55
1.	Populasi Penelitian	55
2.	Sampel Penelitian	56
F.	Teknik Pengumpulan Data	57
G.	Jenis Data Penelitian	57

H. Metode Analisis Data	59
1. Analisis Model Persamaan SEM	59
2. Uji Validitas	60
3. Uji Reliabilitas	61
4. Asumsi-asumsi SEM	62
5. Proses Analisis SEM	64
6. Pengujian Hipotesis	69

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	70
1. Tempat dan Waktu Penelitian	71
2. Karakteristik Profil Responden	71
a. Deskripsi Responden Berdasarkan	
Jenis Kelamin	71
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	72
c. Deskripsi Responden Berdasarkan	
Pendidikan Formal Terakhir	73
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi	
Datang ke Matahari <i>Departement Store</i>	
Daan Mogot Mall per Bulan	75
f. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	
Rata-rata per Bulan	76
g. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	
Rata-rata per Bulan Berbelanja di Matahari	
<i>Departement Store</i> Daan Mogot Mall Jakarta	77
B. Analisis Deskriptif Variabel	78
C. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel	84
1. Hasil Uji Validitas Variabel	84
2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel	92
D. Pengolahan Data dan Uji Kecocokan	
Model Pengukuran	92
1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	92
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T-Values)	94

3. Pengujian Hipotesis Penelitian	97
E. Analisis Hasil Penelitian	101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	102
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	110



DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
3.1	Tabel Operasional Variabel <i>Store Atmosphere</i>	50
3.2	Tabel Operasional Variabel Promosi Penjualan	52
3.3	Tabel Operasional Variabel <i>Impulse Buying</i>	53
3.4	Tabel Instrumen Skala Likert	55
3.5	Tabel Goodness Of Fit Index	67
4.1	Tabel Jenis Kelamin Responden	71
4.2	Tabel Usia Responden	72
4.3	Tabel Pendidikan Formal Terakhir Responden	73
4.4	Tabel Pekerjaan Responden	74
4.5	Tabel Frekuensi Datang ke Matahari <i>Departement Store</i> Daan Mogot Mall per Bulan	75
4.6	Tabel Pengeluaran Rata-rata Responden per Bulan	76
4.7	Tabel Pengeluaran Rata-rata Responden per Bulan Berbelanja di Matahari <i>Departement Store</i> Daan Mogot Mall Jakarta	77
4.8	Tabel Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i>	78
4.9	Tabel Analisis Deskriptif Variabel Promosi Penjualan	81
4.10	Tabel Analisis Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i>	83
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	86
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	89
4.13	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i>	91
4.14	Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen Penelitian	92
4.15	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural (Keseluruhan)	94
4.16	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural (T-Value)	96
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	98

DAFTAR GAMBAR

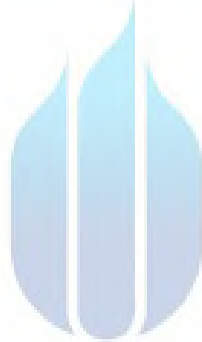
No.	Keterangan	Halaman
1.1	Perilaku Konsumen di Indonesia	2
1.2	Pertumbuhan Omzet Ritel Modern di Indonesia	5
1.3	Laporan Laba Rugi Matahari <i>Departement Store</i>	7
2.1	Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i>	23
2.2	Bauran Promosi	29
2.3	Rerangka Pemikiran	44
4.1	Model Pengukuran Variabel <i>Store Atmosphere</i>	85
4.2	Model Pengukuran Variabel Promosi Penjualan	88
4.3	Model Pengukuran Variabel <i>Impulse Buying</i>	90
4.4	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian	93
4.5	Model Struktural (T-Values)	95
4.6	Model Struktural (<i>Standarized Solution</i>)	99



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	110
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	114
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas	138
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas	140
Lampiran 5	Hasil Uji SEM	141
	I. Uji Model Pengukuran	141
	II. Uji Model Struktural	143



UNIVERSITAS
MERCU BUANA