

**PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*) DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP *IMPULSE BUYING***
**(Studi Kasus Pada Restoran Solaria Mall Puri Indah Jakarta
Barat)**

SKRIPSI



**Program Studi Manajemen- S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2016**

**PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*) DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP *IMPULSE BUYING***
**(Studi Kasus Pada Restoran Solaria Mall Puri Indah 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**



**Program Studi Manajemen- S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Nama : Rifa Agindya

NIM : 43112010277

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Februari 2016



Rifa Agindya

NIM: 43112010277

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rifa Agindya
NIM : 43112010277
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying*
Tanggal Lulus Ujian : 25 Februari 2016

Disahkan Oleh:

Pembimbing,

Dra. Yuli Harwani, MM

Tanggal: 8/3 2016

Ketua Penguji

Drs. Wawan Purwanto, MM

Tanggal: 7/3/2016

Dekan,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Tanggal: 10/3 2016

R. Astini

Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal: 10/3 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Restoran Solaria Puri Indah Mall Jakarta Barat)**". 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 skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya ibu Dra. Yuli Harwani, MM, selaku dosen pembimbing 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 menyusun skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM selalu Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM, selaku ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua tercinta Ibu Sa'diyah dan Ayah agus serta kedua adik saya Ranti dan Manda yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya dan teman-teman S1 Manajemen angkatan 2012 atas semangat, do'a, kerjasama, canda tawa dan pengalaman yang tidak akan terlupakan selama saya menempuh pendidikan S1
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Rifa Agindya

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB IPENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kontribusi Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>)	9
3. Promosi	11
4. Perilaku Konsumen	17
5. Keputusan Pembelian	18
6. <i>Impulse Buying</i>	20
7. Hubungan Antar Variabel	22
B. Rerangka Pemikiran	26
C. Hipotesis	27

BAB IIIMETODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
B.	Desain Penelitian.....	28
C.	Definisi dan Operasional Variabel	28
D.	Skala Pengukuran.....	32
E.	Populasi dan Sampel	33
1.	Populasi	33
2.	Sampel.....	34
F.	Teknik Pengumpulan Data	34
G.	Metode Analisis Data	35
1.	Analisis Deskriptif	35
2.	Uji Kualitas Data.....	35
3.	Uji Asumsi Klasik	36
4.	Analisis Regresi Berganda.....	37
5.	Uji Hipotesis	39

BAB IVHASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	41
1.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
2.	Karakteristik Profil Responden.....	42
B.	Hasil Uji Kualitas Data.....	46
1.	Hasil Uji Validitas.....	46
2.	Hasil Uji Reliabilitas	48
C.	Hasil Uji Asumsi Klasik	49
1.	Hasil Uji Normalitas.....	50
2.	Hasil Uji Multikolonieritas	51
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
D.	Hasil Uji Hipotesis	54
1.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	55

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	55
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	56
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
BAB VSIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIIRAN	



DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	<i>Impulse Buying</i> secara Nasional (dalam persen).....	3
2.1	Penelitian Terdahulu.....	24
3.1	Operasional Variabel Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>).....	30
3.2	Operasional Variabel Promosi Penjualan.....	31
3.3	Operasional Variabel <i>Impulse Buying</i>	32
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	46
4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>)..	47
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan.....	47
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i>	48
4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4.10	Hasil Uji Normalitas.....	50
4.11	Hasil Uji Multikolonieritas.....	52
4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.13	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	55
4.14	Hasil Uji Signifikansi Partial (Uji t).....	55
4.15	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	56

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.1	Hasil <i>Pretest</i> Konsumen Yang Datang Tanpa Rencana.....	5
2.1	Rerangka Pemikiran.....	26
4.1	Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot.....	51
4.2	Hasil Uji Heteroskedatisitas.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1	<i>Pretest</i>	65
2	Kuesioner.....	67
3	Hasil Kuesioner.....	74
4	Hasil Statistik Deskriptif.....	86
5	Hasil Uji Validitas.....	88
6	Hasil Uji Reliabilitas.....	90
7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	91
8	Hasil Uji Hipotesis.....	93
9	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	95

