

ABSTRACT

This research aims to know the influence of store atmosphere and sales promotions on impulse buying. The Object for this research is visitor at The Restaurant Solaria Puri Indah Mall, West Jakarta. This research was done to 100 respondents by using quantitative-descriptive approach. Thus, data analysis used statistical analysis in the form of multiple linear regression test.

The result of this research shows that either simultaneously and partially the variable store atmosphere and variable sales promotions influence on impulse buying at The Restaurant Solaria Puri Indah Mall, West Jakarta. It has been proven from the results simultaneously test (F test) and the results of partially test (t test) shows the significant value of two independent variables that support the hypothesis. Therefore the test results of this reseach stated that there are significant simultaneously between variables store atmosphere and sales promotions on impulse buying Solaria Restaurant Puri Indah Mall, West Jakarta.

Keywords: store atmosphere, sales promotion, impulse buying, Solaria Restaurant



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suasana toko dan promosi penjualan terhadap *impulse buying*. Objek penelitian ini adalah pengunjung di Restoran Solaria Puri Indah Mall Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisa data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel suasana toko (*store atmosphere*) dan variabel promosi penjualan berpengaruh terhadap *impulse buying* Restoran Solaria Puri Indah Mall Jakarta Barat. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan nilai signifikansi dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesis. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel suasana toko (*store atmosphere*) dan promosi penjualan terhadap *impulse buying* Restoran Solaria Puri Indah Mall Jakarta Barat.

Kata kunci : suasana toko (*store atmosphere*), promosi penjualan, *impulse buying*, restoran Solaria

