

**PENGARUH ATMOSFER TOKO, PROMOSI PENJUALAN  
DAN INTERAKSI ANTARA KARYAWAN TOKO DENGAN PEMBELI  
TERHADAP KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING*  
DI *HYPERMART* MATOS**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH :**

**NAMA : HENDRA GUNAWAN**

**NIM : 201110160311297**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2016**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH ATMOSFER TOKO, PROMOSI PENJUALAN  
DAN INTERAKSI ANTARA KARYAWAN TOKO DENGAN PEMBELI  
TERHADAP KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING*  
DI *HYPERMART* MATOS**

Oleh:

Hendra Gunawan

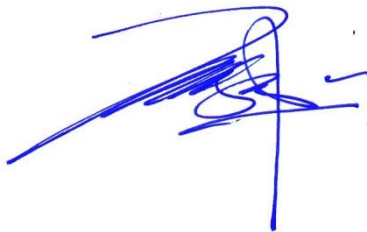
201110160311297

Diterima dan disahkan

Pada tanggal .....

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Marsudi M.M



Dra. Sri Nastiti Andharini, MM

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH ATMOSFER TOKO, PROMOSI PENJUALAN, DAN INTERAKSI ANTARA KARYAWAN TOKO DENGAN PEMBELI TERHADAP KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING* DI *HYPERMART MATOS*”** disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat memperoleh gelar Kesarjanaan di bidang Ekonomi, program studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha memberi sebaik mungkin namun demikian, penulis menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bpk Abdul Muis dan Ibu Nurbaiti selaku kedua orangtua, Ayah Ibu aku tidak tau kata yang tepat untuk mewakili rasa terimakasihku dan juga rasa syukur atas semua amalmu kepadaku, terimakasih atas setiap tetesan keringat demi kebahagiaan anakmu ini. Sekali lagi terimakasih dan selalu do'akan anakmu selalu dalam jalan kebaikan.

2. Husni Mubarak, S.T, Firmansyah, S.H, Muhammad Muslim selaku saudara-saudara yang senantiasa memberikan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
3. Rizqy Septinia, Amd.Kep, kekasihku yang selalu memberi motivasi, kritik, saran melalui canda, tawa dan debat-debat kecil yang dibumbui riak-riak amarah penuh kasih sayang. Sekali lagi terimakasih, ini bukan akhir tapi awalan langkah kita berikutnya.
4. Dr. Drs., Rohmat Dwi Jatmiko, M.M, selaku penasihat akademik yang telah banyak membantu semasa perkuliahan.
5. Dr. Idah Zuhro., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Dr. H. Marsudi, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang dan selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah sudi meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
7. Dra. Sri Nastiti Andharini, MM, selaku Dosen Pembimbing kedua yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.
8. Rekan-rekan yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, M.Mustajab, S.E, Nukfi Zakaria, S.E, Dzul Fikar, S.T, M. Rofik, Hardian Pranowo, M.Aprian, Agok Saputra, Rudi Hartono, S.E M.M, Aben Wisander, Adi Tonet, Rafik, Aan, Aan Ceper, Tiroy Ternando, Jeff Prasetya.

Akhirnya segala amal baik yang telah mereka berikan kepada penulis semoga mendapat balasan dari Allah SWT. dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Malang, Juli 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KARTU KENDALI KONSULTASI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
B. Tinjauan Pustaka.....	9
1. <i>Store Atmosphere</i> .....	9
2. Promosi.....	18
3. Interaksi Antara Karyawan Toko.....	23
4. Belanja Impulsif.....	25
C. Kerangka Berpikir.....	28
D. Hipotesis.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	31
B. Jenis Penelitian.....	31
C. Jenis Data.....	31
D. Populasi dan Sampel.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Definisi Operasional Variabel.....	33
G. Teknik Pengukuran Data.....	35
H. Uji Instrumen.....	36
I. Teknik Analisa Data.....	40
J. Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
K. Uji Hipotesis.....	42
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Karakteristik Responden.....	45
B. Diskripsi Jawaban Responden.....	46
C. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53

D. Metode Analisis Data.....	55
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
2. Hasil Analisis Regresi Linier .....	56
3. Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
4. Hasil Pengujian Hipotesis .....	58
5. Pembahasan Hasil Penelitian .....	62

**BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	64

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kerangka Pikir .....	28



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel3.1 Uji Validitas Variabel <i>Atmosfer</i> Toko ( $X_1$ ) .....	37
Tabel3.2 Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan ( $X_2$ ).....	37
Tabel3.3 Uji Validitas Variabel Interaksi Antara Karyawan Toko ( $X_3$ ) .....	38
Tabel3.4 Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying</i> ( Y).....	38
Tabel3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	39
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan JenisKelamin .....	45
Tabel 4.2 Distribusi Responden BerdasarkanUsia.....	46
Tabel 4.3 Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Atmosfer</i> toko ( $X_1$ ).....	47
Tabel 4.4 Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel promosi penjualan ( $X_2$ ).....	48
Tabel 4.5 Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel promosi penjualan ( $X_2$ ).....	48
Tabel 4.6 Diskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Interaksi antara karyawan toko ( $X_3$ ).....	50
Tabel 4.7 Diskripsi Jawaban Responden Tentang Keputusan <i>impulse buying</i> (Y) .....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda.....	56
Tabel 4.11 Perbandingan Antara Nilai $t_{hitung}$ Dengan $t_{Tabel}$ .....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji F .....	60
Tabel 4.13 <i>Standardized Coeficient Beta</i> .....	62



## **DAFTAR LAMPIRAN**

### Lampiran

1. Angket Penelitian
2. Skor Jawaban Responden
3. Hasil Distribusi Jawaban Responden
4. Hasil Uji Validitas
5. Hasil Uji Reliabilitas
6. Hasil Analisis Regresi Linier

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, Ria. 2011. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Hypermarket di Kota Bandung*, *Jurnal Dinamika Manajemen (Journal of Management Dynamics)* 4 (1)
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior 6th Edition*. New York: Thomson Learning.
- Assegaff, Mohammad. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 10. No. 2. Juli. Unisulla Semarang. Semarang.
- Barry, Berman dan Evans, Joel R. 2004. *Retail Management A Strategic Approach. Ninth Editon*. New Jersey: Pearson Education International
- Bilson, Simamora, 2003, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cristian Widya Utami. 2006. *Manajemen Ritel (Strategi dan Inplementasi Ritel Moderen)*; Jakarta: Salemba Empat
- Effendi dan Singarimbun. 2003. *Metode Penelitian Survei*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Engel, FJ.,2001, *Consumen Behaviour*, 9th Edition. Harcourt, Orlando.
- Hawkins, Roger & Kenneth. (2004). *Consumer Behavior. Building marketing strategy 9/e*.Asia : McGraw-Hill
- Japarianto, E. and Sugiharto, S. 2011. *Pengaruh shopping life style dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income surabaya*.*Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, No. 1, pp.32-41
- Kacen, J.J., & Lee, J.A., 2002, *The influence of culture on consumer impulsive buying behavior*, *Journal of Consumer Psychology*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2004, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1,Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Phillip diterjemahkan oleh Hendra Teguh, SE, Ak, Ronny A. Rusli, SE, Ak. dan Drs. Benjamin Molan (2000), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium 1, Jakarta, PT. Prenhallindo.

- \_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia
- Levy & Weitz, 2001. *Retailing Management*, 4<sup>th</sup> edition. New York: Mc.Graw Hill, Irwin
- Mowen, J.C., dan Minor, M., (2001). *Consumer Behavior*. Prentice Hall, Inc.
- Winawati dan Saino, 2012, *Pengaruh store atmosphere, promosi penjualan, impulse buying dan shopping emotion*.
- Pradipta dan Rastini, 2013, *Pengaruh atmosfer toko, promosi penjualan, dan interaksi antara karyawan toko dengan pembeli terhadap keputusan impulse buying di carrefour hypermarket*
- Raeni Dwi Santy & Muhammad Ihsan Izharuddin Adhipratama, 2012, *display toko, gaya hidup dan pembelian impulsif (penelitian pada konsumen surf inc bandung)*
- Rangkuti, F. (2005), *Analisis SWOT Teknik Membedah kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Saladin, Djaslim, 2003. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Kraya
- Santoso, Singgih. 2000, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, 2002 *Statistik Parametrik*, Cetakan Ketiga, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sutisna dan Pawitra. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT Remaja Sisdakarya
- Swastha, Basu, DH. 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Liberty.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

\_\_\_\_\_. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi.  
Gerry Ramadhan

\_\_\_\_\_. 2007, *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi,  
Yogyakarta.

Umar,Husein. 2000, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta,  
Raja Grafindo Persada.

Widayat & Amirullah, 2002, *Riset Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran Edisi Pertama: Cetakan Pertama*.  
UMM Press. Malang.

Yistiani, Nyoman Manik, 2012, *Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel Terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Departement Store Duta Plaza di Denpasar*, Jurnal Manajemen dan Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 6 No. 2 Halaman 139-147