

## ABSTRAK

Judul Penelitian : Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan  
*Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying*  
Di Alfamart Sersan Kko Harun Kediri  
Dosen Pembimbing: : Ustadus Sholihin, S.E., M.M  
: Nurali Agus Najibul Zamzam, Sos., MM  
Nama Mahasiswa : Ayuk Triana  
NPM : 20130210135

## ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian yang dilakukan di Alfamart Sersan Kko Harun Kediri ini adalah untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis mengenai pengaruh promosi, kualitas pelayanan, *store atmosphere* terhadap *impulse buying*. Penelitian ini menggunakan sampling insidental, yaitu penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel. Populasi penelitian terdiri dari seluruh pembeli Alfamart Sersan Kko Harun Kediri yang tidak diketahui, dan sampel sebanyak 180 responden diperoleh melalui penggunaan rumus Hair, yang ketentuan penggunaannya berlaku untuk populasi yang tak terhitung atau tidak diketahui. Program SPSS versi 25 digunakan untuk mengolah uji instrumen, uji asumsi klasik, dan hipotesis berupa regresi linier berganda, uji signifikan parsial, uji signifikan simultan, dan uji R<sup>2</sup>. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* yang diperoleh uji signifikan parsial dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* diperoleh uji signifikan parsial dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . *store atmosphere* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pembelian diperoleh uji signifikan parsial dengan hasil signifikansi sebesar  $0.020 < 0.05$ . pengaruh promosi, kualitas

pelayanan dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* dengan nilai uji signifikan simultan sebesar  $0.000 < 0.05$ .

Kata kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, *Impulse Buying*

## DAFTAR ISI

|                                                                     |      |
|---------------------------------------------------------------------|------|
| ABSTRAK .....                                                       | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                                                | viii |
| DAFTAR ISI .....                                                    | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                                                  | xvi  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                             | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                            | 1    |
| 1.2 Batasan Masalah .....                                           | 4    |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                                           | 5    |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                                         | 5    |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                                        | 6    |
| 1.5.1 Manfaat Oprasional .....                                      | 6    |
| 1.5.2 Manfaat Akademik .....                                        | 6    |
| BAB II LANDASAN TEORI .....                                         | 7    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                      | 7    |
| 2.2 Tinjauan Pustaka .....                                          | 15   |
| 2.2.1 Manajemen Pemasaran .....                                     | 15   |
| 2.2.2 Promosi .....                                                 | 16   |
| 2.2.2.1 Pengertian Promosi .....                                    | 16   |
| 2.2.2.2 Tujuan Promosi .....                                        | 18   |
| 2.2.2.3 Indikator Promosi .....                                     | 18   |
| 2.2.3 Kualitas Pelayanan .....                                      | 20   |
| 2.2.3.1 Pengertian Kualitas .....                                   | 20   |
| 2.2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas<br>Pelayanan ..... | 21   |
| 2.2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....                          | 23   |

|                                        |                                      |           |
|----------------------------------------|--------------------------------------|-----------|
| 2.2.4                                  | Store Atmospher .....                | 24        |
| 2.2.4.1                                | Pengertian Store Atmosphere.....     | 24        |
| 2.2.4.2                                | Faktor-Faktor Store Atmosphere ..... | 25        |
| 2.2.4.3                                | Indikator Store Atmosphere .....     | 26        |
| 2.2.5                                  | Impulse Buying .....                 | 29        |
| 2.2.5.1                                | Pengertian Impulse Buying .....      | 29        |
| 2.2.5.2                                | Faktor-Faktor Impulse Buying .....   | 29        |
| 2.2.5.3                                | Indikator Impulse Buying .....       | 30        |
| 2.3                                    | Teori Hubungan Antar Variabel .....  | 31        |
| 2.4                                    | Kerangka Teoritik .....              | 33        |
| 2.5                                    | Hipotesis .....                      | 34        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b> |                                      | <b>38</b> |
| 3.1                                    | Ruang Lingkup Penelitian.....        | 38        |
| 3.2                                    | Jenis Penelitian .....               | 38        |
| 3.3                                    | Lokasi Penelitian .....              | 38        |
| 3.4                                    | Populasi dan Smapel .....            | 38        |
| 3.4.1                                  | Populasi.....                        | 38        |
| 3.4.2                                  | Sampel.....                          | 39        |
| 3.5                                    | Teknik Pengambilan Sampel.....       | 39        |
| 3.6                                    | Penentuan Jumlah sampel.....         | 39        |
| 3.7                                    | Data dan Teknik Pengumpulannya.....  | 40        |
| 3.7.1                                  | Data.....                            | 40        |
| 3.7.1.1                                | Sifat Data .....                     | 40        |
| 3.7.1.2                                | sumber Data .....                    | 40        |
| 3.7.2                                  | Tehnik pengumpulan data .....        | 41        |

|               |                                                     |           |
|---------------|-----------------------------------------------------|-----------|
| 3.7.2.1       | Wawancara.....                                      | 41        |
| 3.7.2.2       | Kuesioner.....                                      | 41        |
| 3.7.2.3       | Observasi .....                                     | 42        |
| 3.7.2.4       | Studi Pustaka .....                                 | 42        |
| <b>3.8</b>    | <b>Identifikasi Variabel.....</b>                   | <b>42</b> |
| 3.8.1         | Variabel Bebas (independent Variable).....          | 42        |
| 3.8.2         | Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> )..... | 43        |
| <b>3.9</b>    | <b>Definisi Operasional Variabel.....</b>           | <b>43</b> |
| <b>3.10</b>   | <b>Teknik Analisis.....</b>                         | <b>46</b> |
| 3.10.1        | Uji Validitas .....                                 | 46        |
| 3.10.2        | Uji Reliabilitas .....                              | 47        |
| 3.10.3        | Uji Asumsi Klasik .....                             | 47        |
| 3.10.3.1      | Uji Normalitas .....                                | 47        |
| 3.10.3.2      | Uji Linearitas.....                                 | 47        |
| 3.10.3.3      | Uji Multikolinearitas.....                          | 48        |
| 3.10.3.4      | Uji Autokorelasi .....                              | 48        |
| 3.10.3.5      | Uji Heteroskedastitas .....                         | 49        |
| 3.10.4        | Analisis Regresi Linier Berganda .....              | 49        |
| 3.10.4.1      | Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                | 50        |
| 3.10.4.2      | Uji Signifikan Parsial .....                        | 50        |
| 3.10.4.3      | Uji Signifikan Simultan .....                       | 51        |
| <b>BAB IV</b> | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>        | <b>52</b> |
| <b>4.1</b>    | <b>Hasil penelitian.....</b>                        | <b>52</b> |
| 4.1.1         | Sejarah Perusahaan.....                             | 52        |

|            |                                                                                                                       |           |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1.2      | Visi dan Misi Perusahaan .....                                                                                        | 54        |
| 4.1.3      | Struktur Organisasi .....                                                                                             | 54        |
| 4.1.4      | Analisis Dekriptif.....                                                                                               | 57        |
| 4.1.4.1    | Karakteristik Responden.....                                                                                          | 58        |
| 4.1.4.2    | Deskripsi Variabel Penelitian .....                                                                                   | 60        |
| 4.1.5      | Analisis Statistik.....                                                                                               | 67        |
| 4.1.5.1    | Hasil Uji Validitas .....                                                                                             | 67        |
| 4.1.5.2    | Uji Realibilitas .....                                                                                                | 68        |
| 4.1.5.3    | Uji Normalitas.....                                                                                                   | 69        |
| 4.1.5.4    | Uji Linearitas .....                                                                                                  | 70        |
| 4.1.5.5    | Uji Multikolenitas.....                                                                                               | 71        |
| 4.1.5.6    | Uji Heterokedastisitas.....                                                                                           | 71        |
| 4.1.5.7    | Regesi Linier Berganda.....                                                                                           | 72        |
| 4.1.5.8    | Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....                                                                                 | 74        |
| 4.1.5.9    | Uji Signifikan Parsial.....                                                                                           | 74        |
| 4.1.5.10   | Uji Signifikan Simultan .....                                                                                         | 76        |
| <b>4.2</b> | <b>Pembahasan dan Interpretasi Hasil.....</b>                                                                         | <b>76</b> |
| 4.3.1      | Pengaruh Promosi Secara Persial Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....                                                  | 77        |
| 4.3.2      | Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Persial Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....                                       | 77        |
| 4.3.3      | Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Secara Persial Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....                                  | 78        |
| 4.3.4      | Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan <i>Store Atmosphere</i> secara simultan terhadap <i>Impulse Buying</i> ..... | 79        |

|                                                          |            |
|----------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                               | <b>80</b>  |
| <b>5.1 Kesimpulan.....</b>                               | <b>80</b>  |
| <b>5.2 Saran.....</b>                                    | <b>81</b>  |
| 5.2.1 bagi peneliti selanjutnya .....                    | 81         |
| 5.2.2 Bagi perusahaan.....                               | 81         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                               | <b>82</b>  |
| <b>Lampiran 1.1 .....</b>                                | <b>86</b>  |
| <b>Kuisisioner Lembar kertas.....</b>                    | <b>86</b>  |
| <b>Lampiran 1.2 .....</b>                                | <b>92</b>  |
| <b>Tabulasi Data Kuesioner.....</b>                      | <b>92</b>  |
| <b>Lampiran 1.3 .....</b>                                | <b>111</b> |
| <b>Karakteristik Responden .....</b>                     | <b>111</b> |
| <b>Lampiran 1.4 .....</b>                                | <b>112</b> |
| <b>Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....</b>       | <b>112</b> |
| <b>Lampiran 1.5 .....</b>                                | <b>120</b> |
| <b>Hasil uji reliabilitas.....</b>                       | <b>125</b> |
| <b>Uji Asumsi Klasik .....</b>                           | <b>126</b> |
| 1. Hasil Uji Normalitas .....                            | 126        |
| 2. Hasil Uji Linieritas .....                            | 127        |
| 3. Uji Hasil Multikolinearitas .....                     | 128        |
| 4. Hasil uji Heteroskedastitas .....                     | 128        |
| <b>ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA.....</b>             | <b>129</b> |
| <b>UJI KOEFISIEN DETERMINASI (<math>R^2</math>).....</b> | <b>129</b> |
| <b>Uji Signifikan Parsial .....</b>                      | <b>129</b> |
| <b>Uji Signifikan Simultan.....</b>                      | <b>130</b> |