

**PENGARUH PERSONAL SELLING, STORE  
ATMOSPHERE, DAN LOKASI TERHADAP IMPULSE  
BUYING  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN INDOMARET  
RADEN SALEH 37)**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**REZA RAKASIWI  
21160000034**



**Jakarta, 09 Januari 2021**

Layak untuk persiapan ujian  
Koordinasi dengan PRODI MANAJEMEN  
Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ruland Willy Jack Sumampouw', is written over the text of the coordinator's name.

Ruland Willy Jack Sumampouw.,SE.,M.Si  
0303047604 - Asst Prof

**PROGRAM STUDI STRATA-I MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH PERSONAL SELLING, STORE  
ATMOSPHERE, DAN LOKASI TERHADAP IMPULSE  
BUYING  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN INDOMARET  
RADEN SALEH 37)**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**REZA RAKASIWI  
2116000034**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA-I MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA**

**2021**

# **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

## **PENGARUH PERSONAL SELLING, STORE ATMOSPHERE, DAN LOKASI TERHADAP IMPULSE BUYING**

**(STUDI KASUS PADA PELANGGAN INDOMARET RADEN SALEH 37)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya di cantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 9 Januari 2021



**Reza Rakasiwi**

**2116000034**

# PERSETUJUAN PEMBIMBING

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERSONAL SELLING, STORE ATMOSPHERE, DAN  
LOKASI TERHADAP IMPULSE BUYING  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN INDOMARET RADEN SALEH 37)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Ruland Willy Jack Sumampouw, SE, M.si dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 9 Januari 2021

Pembimbing




Ruland Willy Jack Sumampouw, SE, M.si

Kepala Program Studi

S1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc 

# HALAMAN PENGESAHAN





## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERSONAL SELLING, STORE ATMOSPHERE, DAN  
LOKASI TERHADAP IMPULSE BUYING  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN INDOMARET RADEN SALEH 37)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal Januari 2020 dengan nilai ...

### Panitia Ujian Skripsi

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Ruland Willy Jack Sumampouw, SE, M.si  
(Pembimbing)
3.  : Rama Chandra, SE, ME  
(Anggota Penguji)
4.  : Pristina Hermastuti, SE, MBA  
(Anggota Penguji)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penulisan skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE), program strata satu pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak mungkin terlaksana tanpa bantuan, dorongan, bimbingan, serta pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ).
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
3. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Ruland Willy Jack Sumampouw, SE, M.si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu dan kesabaran untuk memberikan arahan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
5. Bapak Rama Chandra, SE, ME dan Ibu Pristina Hermastuti, SE, MBA selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritik selama proses sidang.
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen STEI atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi ini.
7. Indomaret Raden Saleh 37 karena sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian sehingga membantu peneliti dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Kepada Mama dan Papa tercinta yang selalu mendoakan dan telah memberikan yang terbaik kepada peneliti serta selalu ada untuk memberikan dukungan yang sebesar-besarnya baik secara moral maupun material serta memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Kakak, Abang dan Adik tercinta (Syarifah Aulya , Iga Murti Asniati , Haindika Ratama Putra dan Nira Chandra Vakal) terimakasih untuk supportnya selalu memberikan doa dan semangat agar peneliti dapat segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-shabatku (Meisjke Rosalena, Nabilla Roshela, Ika Septiani, Danin Pradita, Jeweni Daeng Ranu, Wira Pratama, Yunza Abdillah) yang selalu memberikan semangat kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
11. Untuk Sahabatku di kampus Dini Almaidah dari awal masuk kuliah hingga akhir perkuliahan, terimakasih selalu memberikan semangat, dorongan, masukan, saran dan dukungan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk teman-teman (Axcel Rusdiana Julianto dan Indra Gunawan) yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi, memberikan semangat dan memberikan informasi mengenai penyusunan skripsi, masukan dan dorongan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
13. Seluruh teman - teman STEI program Strata-1 Manajemen angkatan 2016 terimakasih untuk momen kebersamaan selama di STEI.
14. Semua pihak yang membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

peneliti menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Mengingat keterbatasan dan ilmu pengetahuan yang peneliti miliki, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 9 Januari 2021



**Reza Rakasiwi**

NPK 2116000034

# HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Rakasiwi  
NPM : 21160000034  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

## **PENGARUH PERSONAL SELLING, STORE ATMOSPHERE, DAN LOKASI TERHADAP IMPULSE BUYING (STUDI KASUS PADA PELANGGAN INDOMARET RADEN SALEH 37)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusive ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Januari 2021

Yang menyatakan,



Reza Rakasiwi



Reza Rakasiwi NPK 2116000034 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing: Ruland Willy Jack Sumampouw, SE, M.si
<b>PENGARUH PERSONAL SELLING, STORE ATMOSPHERE, DAN LOKASI TERHADAP IMPULSE BUYING (STUDI KASUS PADA PELANGGAN INDOMARET RADEN SALEH 37)</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh <i>Personal Selling</i>, <i>Store Atmosphere</i>, dan Lokasi terhadap <i>Impulse Buying</i> pada pelanggan Indomaret Raden saleh 37.</p> <p>Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif yang di analisis menggunakan koefisien korelasi dan determinasi (parisal dan berganda). Teknik pengambilan sample digunakan dengan purposive sampling. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Koefisien Determinasi Simultan dengan menggunakan program SPSS 24.0. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Indomaret Raden saleh 37. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 100 responden.</p> <p>Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan secara parsial tidak terdapat pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>. Secara parsial tidak terdapat pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan Lokasi terhadap <i>Impulse Buying</i> sebesar 5,34%. Adapun secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan <i>Personal Selling</i>, <i>Store Atmosphere</i>, dan Lokasi terhadap <i>Impulse Buying</i>.</p>	
<b><i>Kata Kunci : Personal Selling, Store Atmosphere, Lokasi, Impulse Buying.</i></b>	

<p>Reza Rakasiwi  NPK 21160000034  <i>Study Program : Bachelor Degree of  Management</i></p>	<p><i>Academic Adviser :</i>  Ruland Willy Jack Sumampouw,  SE, M.si</p>
<p><b><i>THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING, STORE ATMOSPHERE,  AND LOCATION ON IMPULSE BUYING (CASE STUDY ON  INDOMARET CUSTOMER RADEN SALEH 37)</i></b></p>	
<p><b><i>Abstract</i></b></p> <p><i>This research aims to find out the influence of Personal Selling, Store Atmosphere, and Location on Impulse Buying on Indomaret Raden saleh 37 customers.</i></p> <p><i>This study uses a type of descriptive research quantitative approach that is analyzed using correlation and determination coefficients (parisal and multiple). Sampling techniques are used with purposive sampling. Data testing techniques used in this study include Validity Test, Reliability Test, and Simultaneous Determination Coefficient using SPSS 24.0 program. The population of this study is Indomaret Raden saleh 37 customers. Data collection using questionnaires as many as 100 respondents.</i></p> <p><i>Based on the results and discussions showed partially no influence of Personal Selling on Impulse Buying. There is partially no effect of Store Atmosphere on Impulse Buying. Partially there was a significant influence of Location on Impulse Buying by 5.34%. Simultaneously there is a significant influence of Personal Selling, Store Atmosphere, and Location on Impulse Buying.</i></p>	
<p><b><i>Keywords : Personal Selling, Store Atmosphere, Location, Impulse Buying.</i></b></p>	

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK .....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2. Landasan Teori .....	16
2.2.1. Pemasaran .....	16
2.2.2. Manajemen Pemasaran .....	17
2.3 <i>Personal Selling</i> .....	17
2.3.1 Pengertian <i>Personal Selling</i> .....	17
2.3.2 Prinsip dari <i>Personal Selling</i> .....	19
2.3.3 Peranan <i>Personal Selling</i> .....	19
2.3.4 Indikator <i>Personal Selling</i> .....	20
2.4 Store Atmosphere .....	21
2.4.1 Pengertian Store Atmosphere .....	21
2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Store atmosphere .....	22
2.4.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i> .....	23
2.5 Lokasi.....	24
2.5.1 Pengertian Lokasi .....	24
2.5.2 Faktor Penentuan Lokasi.....	25

2.5.3	Indikator Lokasi.....	26
2.6	Impulse Buying .....	27
2.6.1	Pengertian Pembelian Impulsif ( <i>Impulsive Buying</i> ) .....	27
2.6.2	Karakteristik Impulse Buying .....	27
2.6.3	Tipe-tipe Pembelian Impulsif ( <i>Impulsive Buying</i> ) .....	28
2.6.4	Indikator impulse buying.....	28
2.7	Kerangka Konseptual Penelitian .....	29
BAB III METODA PENELITIAN .....		30
3.1	Strategi Penelitian.....	30
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
3.2.1.	Populasi penelitian.....	30
3.2.2.	Sampel Penelitian.....	31
3.3	Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	31
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	32
3.5	Metoda Analisis Data.....	34
3.5.1	Uji Validitas .....	34
3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	35
3.6	Analisis Statistik Data.....	36
3.6.1	Analisis Koefisien Determinasi .....	36
3.6.2	Koefisien Determinasi Parsial .....	37
3.6.3	Koefisien Determinasi Berganda.....	37
3.7	Pengujian Hipotesis .....	37
3.7.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	38
3.7.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan .....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		40
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.2.	Deskripsi Responden .....	43
4.3	Deskriptif data.....	45
4.4	Hasil Pengujian Instrumen .....	46
4.4.1	Uji Validitas .....	46
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	48
4.5	Uji Hipotesis.....	49

4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial.....	49
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan.....	52
4.6	Pengujian Hipotesis .....	53
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1	Simpulan .....	54
5.2	Saran .....	55
	DAFTAR REFERENSI .....	56
	Lampiran .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.1. Tabel Indikator Penelitian .....	33
Tabel 3.2. Bobot Alternatif Jawaban Responden .....	35
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	44
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....	44
Tabel 4.5. Validitas Instrumen per butir <i>personal selling</i> (X1) .....	47
Tabel 4.6. Validitas Instrumen per butir <i>store atmosphere</i> (X2) .....	47
Tabel 4.7. Validitas Instrumen per butir lokasi(X3) .....	48
Tabel 4.8. Validitas Instrumen per butir <i>impluse buying</i> (Y).....	48
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	48
Tabel 4.10. Hasil Koefisien Korelasi Parsial <i>personal selling</i> .....	49
Tabel 4.11. Hasil Koefisien Korelasi Parsial <i>Atmosphere</i> .....	50
Tabel 4.12. Hasil Koefisien Korelasi Parsial Lokasi .....	51
Tabel 4.13. Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F) <i>Personal Selling, Store Atmosphere</i> , dan Lokasi terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	53
Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan dari variabel <i>Personal Selling, Store Atmosphere</i> , dan Lokasi terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	<b>Err</b>
.....	<b>or! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1.</b> Kerangka Pemikiran .....	30
<b>Gambar 4.1.</b> Struktur Organisasi Perusahaan .....	42
<b>Gambar 4.2.</b> <i>Skala Likert</i> Variabel <i>Personal Selling</i> .....	45
<b>Gambar 4.3.</b> <i>Skala Likert</i> Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	45
<b>Gambar 4.4.</b> <i>Skala Likert</i> Variabel Lokasi .....	46
<b>Gambar 4.5.</b> <i>Skala Likert</i> Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> .....	63
<b>Lampiran 2</b> .....	66
<b>Lampiran 3</b> Deskripsi Data Responden .....	69
<b>Lampiran 4</b> Hasil Uji Validitas <i>Personal Selling</i> (X1) .....	72
<b>Lampiran 5</b> Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i> (X2) .....	73
<b>Lampiran 6</b> Hasil Uji Validitas Lokasi (X3) .....	74
<b>Lampiran 7</b> Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> (Y) .....	75
<b>Lampiran 8</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	76
<b>Lampiran 9</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial .....	77
<b>Lampiran 10</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda .....	79
<b>Lampiran 11</b> Hasil Uji t dan Uji f .....	80
<b>Lampiran 12</b> Surat Pernyataan Riset .....	81
<b>Lampiran 13</b> Daftar Riwayat Hidup peneliti .....	82