

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN
DAN SUASANA TOKO TERHADAP *IMPULSE
BUYING* DI LOTTEMART KELAPA GADING**

SKRIPSI

**SITI NURAESIH
2114000148**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN
DAN SUASANA TOKO TERHADAP *IMPULSE
BUYING* DI LOTTEMART KELAPA GADING**

SKRIPSI

**SITI NURAESIH
2114000148**



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

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI LOTTEMART KELAPA GADING

yang disusun untuk melengkapi sebagai persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi S-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 ke sarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Maret 2019



Siti Nuraesih

2114000148



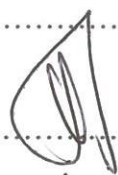


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI LOTTEMART KELAPA GADING

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal **25 Maret 2019** dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc
(Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen)
3. ; Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc
(Pembimbing)
4. ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Anggota Penguji)
5. ; Gatot Prabantoro, SE, MM
(Anggota Penguji)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

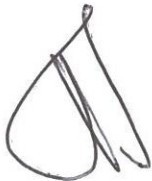
Skripsi dengan judul:

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI LOTTEMART KELAPA GADING

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Jusuf Hariyanto Msc 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, Maret 2019

Pembimbing,



Drs. Jusuf Hariyanto, Msc

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, Msc selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc dan Bapak. Gatot Prabantoro, SE, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S1- Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Segenap Dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas Ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama menyelesaikan studi.
6. Pihak PT. LotteMart Kelapa Gading khususnya Ibu Nina yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
7. Ayah dan Mama Tercinta, serta Adik Dian Anita Putri yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil, sehingga penulis menjadi semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Sahabat – sahabat tersayang Pipit, Septi, Ka Reni, Anoy, Evi, Nelly, Dora, Risda, Vero, Ais, terimakasih sudah menjadi sahabat yang baik dan selalu mendukung dan membantu penulis dalam pembuatan skripsi. Sukses untuk kita semua
9. Teman – teman seperjuangan kelas 4B Managemen angkatan 2014 yang tidak bias disebutkan satu persatu namanya, terima kasih sudah

memberikan dukungan satu sama lain, sampai akhirnya kita bisa lulus.
Semoga impian kita tercapai

10. Semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan /kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Maret 2019

SITI NURAESIH
NPM 2114000148

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Siti Nuraesih
NPM : 2114000148
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 PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI LOTTEMART KELAPA GADING

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,

Siti Nuraesih

Siti Nuraesih
NPM : 2114000148
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Drs. Jusuf Hariyanto, M. Sc

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TOKO TERHADAP *IMPLUSE BUYING* DI LOTTEMART KELAPA GADING

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap impulse buying di LotteMart Kelapa Gading.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu strategi asosiatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen LotteMart Kelapa Gading yang jumlahnya tidak diketahui. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling yaitu sampel yang dipilih dengan pertimbangan tertentu. Metode yang digunakan adalah metode survey. Analisis yang digunakan adalah analisi korelasi dan koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh terhadap impulse buying di LotteMart Kelapa Gading. Secara parsial variabel kualitas pelayanan dan suasana toko berpengaruh positif terhadap impulse buying. Secara Simultan, variabel promosi, kualitas pelayanan, dan suasana toko berpengaruh positif terhadap impulse buying di LotteMart Kelapa Gading.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Suasana toko dan Impluse Buying

Siti Nuraesih NPM : 2114000148 Program Study S-1 Manajemen	Adviser: Drs. Jusuf Hariyanto, M. Sc
--	---

**EFFECT OF PROMOTION, SERVICE QUALITY, AND STORE
ATMOSPHERE ON IMPLUSE BUYING IN LOTTEMART KELAPA
GADING**

ABSTRACT

This study aims to determine the magnitude of influence promotion, service quality and store atmosphere on impluse buying in Lottemart Kelapa Gading.

The strategy used in this study is associative strategy. The population of this research is the unknown number of consumers of LotteMart Kelapa Gading. The number of samples used in this study were 100 respondents. The sampling technique used in this study is purposive sampling technique, which is a sample chosen with certain considerations.. The method used is the survey method. The analysis used is correlation analysis and coefficient of determination

The results of this study indicate that partially promotion variable has no effect on impulse buying in LotteMart Kelapa Gading. Partially the service quality variable and store atmosphere have a positive effect on impulse buying. Simultaneously, promotion variables, service quality, and store atmosphere have a positive effect on impulse buying at LotteMart Kelapa Gading

**Keyword : Promotion, Service Quality, Store Atmosphere and Impluse
Buying**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Review Hasil – hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan teori	13
2.2.1 Pengertian pemasaran	13
2.2.2 Pengertian promosi	13
2.2.2.1 Tujuan promosi	14
2.2.2.2. Indikator Promosi	15
2.2.3 Kualitas pelayanan.....	15
2.2.3.1 Indikator Kualitas pelayanan	16
2.2.4 Pengertian Suasana Toko.....	17
2.2.4.1 Dimensi <i>Store Atmosphere</i>	18

Halaman

2.2.4.2 Cakupan <i>Store Atmosphere</i>	19
2.2.4.3 Indikator Suasana Toko	20
2.2.5 Teori <i>Impluse Buying</i>	21
2.2.5.1 Tipe <i>Impluse Buying</i>	22
2.2.5.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi <i>Impluse Buying</i>	23
2.2.5.3 Indikator <i>Impluse Buying</i>	24
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian	24
2.3.1 Pengaruh Promosi terhadap <i>Impluse Buying</i>	24
2.3.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap <i>Impluse Buying</i>	25
2.3.3 Pengaruh suasana toko terhadap <i>Impluse buying</i>	25
2.3.4 Pengaruh Promosi, kualitas pelayanan, suasana toko terhada <i>Impluse buying</i> .	26
2.4 Pengembangan hipotesis penelitian	26
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
BAB III METODA PENELITIAN.....	28
3.1 Strategi Penelitian	28
3.2 Populasi dan sampel penelitian	28
3.2.1 Populasi Penelitian.....	28
3.2.2 Sampel Penelitian	28
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.3.1 Jenis Data.....	29
3.3.2 Teknik pengumpulan data.....	29
3.3.3 Instrumen Pengumpulan Data.....	30
3.4 Operasional Variabel	31
3.5 Metode Analisis Data.....	34
3.5.1 Uji Instrumen	34
3.5.2 Analisis Statistik Data	36
3.5.2.1 Analisis Koefisien Determinasi (KD).....	36
3.5.2.3 Pengujian Hipotesis	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Perusahaan	39
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	39
4.2 Deskripsi Responden.....	41
4.3 Deskripsi Data.....	43
4.3.1 Promosi (X_1)	43
4.3.2. Kualitas Pelayanan (X_2).....	43
4.3.3. Suasana Toko (X_3)	44
4.3.4. Impluse Buying (Y)	44
4.4 Uji Instrumen	45
4.4.1 Uji Validitas.....	45
4.4.2 Uji Realibilitas	48
4.5 Analisis Statistik Data.....	50
4.5.1 Pengujian Hipotesis.....	50
4.5.1.1Pengujian Hipotesis secara Parsial	50
4.5.1.2. Pengujian Hipotesis secara simultan.....	53
4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi (KD)	54
4.5.2.1 Koefisien determinasi parsial.....	54
4.5.2.2. Koefisein determinasi berganda.....	55
4.6 Temuan Hasil Penelitian	56
4.6.1 Pengaruh promosi terhadap impulse buying.....	56
4.6.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap impulse buying	57
4.6.3. Pengaruh suasana toko terhadap impulse buying	57
4.6.4. Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, suasana toko terhadap impluse buying.	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran.....	60
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.	61
DAFTAR REFERENSI	62
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rating Hypermart dalam Top Brand Award.....	4
Tabel 3.1 Bobot Nilai Skala Likert	30
Tabel 3.2 Instrumen Variabel Promosi	31
Tabel 3.3 Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan.....	32
Tabel 3.4 Instrumen Variabel Suasana Toko	33
Tabel 3.2 Instrumen Variabel Impluse Buying	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Validitas instrument per butir variabel Promosi (X_1)	46
Tabel 4.5 Validitas instrument per butir variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	46
Tabel 4.6 Validitas instrument per butir variabel Suasana Toko (X_3).....	47
Tabel 4.7 Validitas instrument per butir variabel Impluse Buying (Y)	48
Tabel 4.8 Reabilitas variabel Promosi (X_1)	48
Tabel 4.9 Reabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	49
Tabel 4.10 Reabilitas variabel Suasana Toko (X_3)	49
Tabel 4.11 Reabilitas variabel Impluse Buying (Y)	50
Tabel 4.12 Korelasi parsial Promosi terhadap Impluse Buying	51
Tabel 4.13 Korelasi parsial Kualiatas Pelayanan terhadap Impluse Buying	52
Tabel 4.14 Korelasi parsial Suasana Toko terhadap Impluse Buying	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Anova	54
Tabel 4.16 Korelasi Simultan Promosi, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Impluse Buying	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	27
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel Promosi (X_1)	43
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	44
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel Suasana Toko (X_3)	44
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Impluse Buying (Y)	45

LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 Data Responden.....	71
Lampiran 3 Tabulasi Skor Variabel Promosi (X_1).....	74
Lampiran 4 Tabulasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	77
Lampiran 5 Tabulasi Skor Variabel Suasana Toko (X_3).....	80
Lampiran 6 Tabulasi Skor Variabel Impluse Buying (Y).....	83
Lampiran 7 Tabulasi Skor untuk data berpasangan (Koefisien Determinasi)	86
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas untuk Variabel Promosi (X_1).....	89
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	90
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas untuk Variabel Suasana Toko (X_3).....	92
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas untuk Variabel Impluse Buying (Y)	95
Lampiran 12 Hasil Uji Reabilitas untuk Variabel Promosi (X_1)	96
Lampiran 13 Hasil Uji Reabilitas untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	97
Lampiran 14 Hasil Uji Reabilitas untuk Variabel Suasana Toko (X_3)	98
Lampiran 15 Hasil Uji Reabilitas untuk Variabel Impluse Buying (Y)	99
Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi secara Parsial.....	100
Lampiran 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi secara Simultan	101
Lampiran 18 Hasil Pengujian Hipotesis secara Parsial.....	102
Lampiran 19 Hasil Pengujian Hipotesis secara Simultan	103
Lampiran 20 Surat Keterangan Riset	104
Lampiran 21 Daftar Riwayat Hidup.....	105