

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH DISPLAY, PROMOSI PENJUALAN,
DAN SUASANA TOKO TERHADAP IMPULSIVE BUYING DI
INDOMARET KENJERAN**



OLEH:
DWI RONY SETIAWAN
17110014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2021**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *DISPLAY*, PROMOSI PENJUALAN,
DAN SUASANA TOKO TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DI
INDOMARET KENJERAN**



OLEH:
DWI RONY SETIAWAN
17110014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2021**



**ANALISIS PENGARUH *DISPLAY*, PROMOSI PENJUALAN,
DAN SUASANA TOKO TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DI
INDOMARET KENJERAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:
DWI RONY SETIAWAN
17110014



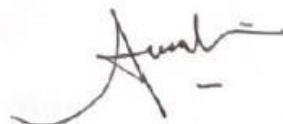
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dwi Rony Setiawan
NPM : 17110014
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh *Display*, Promosi Penjualan, Dan Suasana Toko Terhadap *Impulsive Buying* Di Indomaret Kenjeran.

Pembimbing

Tanggal:



.....
(Dr. Maria Widayastuti, M. M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi



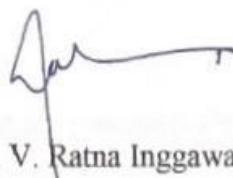
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh DWI RONY SETIAWAN dengan NPM 17110014

Telah diuji pada 25 Januari 2021

Dinyatakan LULUS oleh:

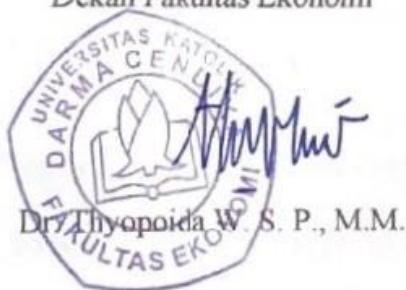
Ketua Tim Penguji



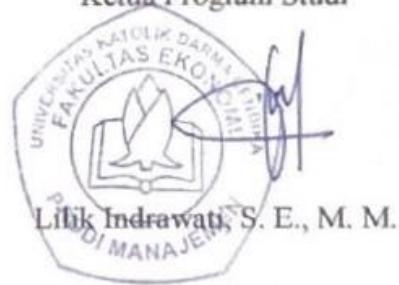
Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.

Mengetahui.

Dekan Fakultas Ekonomi



Ketua Program Studi



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *DISPLAY*, PROMOSI PENJUALAN, DAN SUASANA TOKO TERHADAP *IMPULSIVE BUYING DI INDOMARET KENJERAN*.

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari Senin Tanggal 25 Bulan Januari Tahun 2021

Disusun oleh:

Nama : Dwi Rony Setiawan
NPM : 17110014
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen

Tim Penguji:

Nama:

1. Dr. V. Ratna Ingawati, M.M.
2. Dr. Thyopoida W. S. P., M.M.
3. Dr. Maria Widystuti,M.M.

The image shows three handwritten signatures in blue ink, each accompanied by a dotted line for a typed name. The first signature is 'Dr. V. Ratna Ingawati', the second is 'Dr. Thyopoida W. S. P.', and the third is 'Dr. Maria Widystuti'.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Rony Setiawan
NPM : 17110014
Alamat Asli : Jl. Lebak Indah No. 20 A
No. Identitas (KTP) : 3510201609980002

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul :

“Analisis Pengaruh Display, Promosi Penjualan, dan Suasana Toko Terhadap Impulsive Buying Di Indomaret Kenjeran”. Merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, atau bentuk lain. Skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil kerja saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi.

Apabila kemudian hari terbukti saya telah melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab.

Surabaya, 20 Januari 2021

Hormat Saya,



Dwi Rony Setiawan



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena telah menyertai dan melimpahkan rahmat-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **"ANALISIS PENGARUH DISPLAY, PROMOSI PENJUALAN, DAN SUASANA TOKO TERHADAP IMPULSIVE BUYING DI INDOMARET KENJERAN"** dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari Skripsi ini dan jauh dari kata sempurna. Namun pembuatan Skripsi ini tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak. Dengandemikian penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Y. Budi Hermanto., M.M. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya sekaligus sebagai Penguji yang memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mendapatkan ilmu di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Ibu Lilik Indrawati., S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
4. Ibu Dr. Maria Widystuti, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk membimbing, memberikan saran perbaikan serta pengarahan penyusunan Skripsi ini dari awal hingga akhir
5. Ibu Dr. V. Ratna Inggawati, M.M selaku Penguji yang telah memberikan pengarahan dan saran dalam penulisan Skripsi dan juga sekaligus Dosen Pembimbing penulis selama menjalani perkuliahan di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
6. Kepada orang tua yang selalu memberikan dukungan kepada penulis .
7. Kepada teman-teman penulis angkatan 2017 yang telah meneman penulis selama perkuliahan.
8. Kepada saudara dan kerabat yang selalu memberikan semangat dan doa sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.



- Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.
9. Kepada Otniel, Devina, Kevin dan Meiling dan semua pihak yang terkait dan yang tidak bias disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, motivasi dan semangat yang telah diberikan kepada peneliti

Demikian, ucapan terimakasih ini disampaikan. Akhir kata, besar harapan dari peneliti semoga hasil Skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya, khususnya bagi kakak dan adik kelas yang memerlukannya.

Surabaya, 20 Januari 2021



(Dwi Rony Setiawan)



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
ABSTRAK	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Display</i>	8
2.1.1.1 Pengertian <i>Display</i>	8
2.1.1.2 Indikator <i>Display</i>	8
2.1.2 Promosi Penjualan.....	9
2.1.2.1 Pengertian Promosi Penjualan.....	9
2.1.2.2 Jenis Promosi Penjualan.....	10
2.1.2.3 Indikator Promosi Penjualan.....	11
2.1.3 Suasana Toko	11
2.1.3.1 Pengertian Suasana Toko	11
2.1.3.2 Tipe Faktor Suasana Toko	12
2.1.3.3 Indikator Suasana Toko.....	13
2.1.4 <i>Impulsive Buying</i>	15
2.1.4.1 Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	15
2.1.4.2 Indikator <i>Impulsive Buying</i>	16



2.1.4.3 Tipe <i>Impulsive Buying</i>	16
2.1.4.4 Faktor <i>Impulsive Buying</i>	16
2.1.4.5 Elemen <i>Impulsive Buying</i>	17
2.2 Pengaruh Antar Variable	17
2.2.1 Pengaruh <i>Display</i> dengan <i>Impulsive Buying</i>	17
2.2.2 Pengaruh Promosi Penjualan dengan <i>Impulsive Buying</i>	18
2.2.3 Pengaruh Suasana Toko dengan <i>Impulsive Buying</i>	19
2.3 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3.1 Penelitian Terdahulu I.....	19
2.3.2 Penelitian Terdahulu II.....	20
2.3.3 Penelitian Terdahulu III	21
2.4 Rerangka Pemikiran	23
2.5 Kerangka Konseptual	24
2.6 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Obyek Penelitian	26
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	26
3.2.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2.2 Sumber Data.....	26
3.3 Variabel Penelitian	27
3.3.1 Variabel Independen atau Variabel Bebas	27
3.3.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat.....	27
3.4 Definisi Operasional dan Pengukurannya	28
3.5 Populasi dan Sampel	30
3.5.1 Populasi	30
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Metode dan Teknik Analisa	31
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	31
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	32
3.6.2.1 Uji Validitas	32
3.6.2.2 Uji Realiabilitas.....	32
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	32



3.6.3.1 Uji Normalitas.....	32
3.6.3.2 Uji Heterokedastisitas	33
3.6.3.3 Uji Multikolinieritas.....	33
3.6.4 Analisa Uji F	34
3.6.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	34
3.6.6 Koefisien Determinasi.....	35
3.6.7 Uji t	36
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah Singkat Indomaret	37
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan	41
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	42
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	44
4.2.1 Karakteristik Responden	44
4.2.1.1 Umur Responden.....	44
4.2.1.2 Jenis Kelamin Responden	45
4.2.2 Sifat-sifat Produk	45
4.3 Pembahasan Dan Analisa Data.....	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Realiabilitas.....	47
4.4 Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1 Uji Normalitas	48
4.4.2 Uji Heterokedastisitas	49
4.4.3 Uji Multikolonieritas	49
4.5 Analisa Uji F	50
4.6 Uji Liniear Berganda	50
4.7 Koefisien Determinasi	52
4.8 Uji t.....	53
BAB V PENUTUPAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1	Skala Likert	31
3.2	Interpretasi Koefisien Korelasi	36
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	44
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.3	Hasil Uji Validitas.....	46
4.4	Hasil Uji Realiabilitas	47
4.5	Hasil Uji Normalitas	47
4.6	Hasil Uji Multikolonieritas	49
4.7	Hasil Analisa Uji F.....	49
4.8	Hasil Analisis Regresi Liniear Berganda	50
4.9	Hasil Koefisien Determinasi	51
4.10	Hasil Uji t	52



DAFTAR GAMBAR

1.1	Total Pendapatan Perusahaan Alfamart	2
1.2	Total Pendapatan Perusahaan Indomaret	2
2.1	Rerangka Pemikiran	23
2.2	Kerangka Konseptual	24
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
4.2	Kurva Distribusi Uji t Variabel <i>display</i> (X1)	53
4.3	Kurva Distribusi Uji t Variabel Promosi Penjualan (X2)	55
4.4	Kurva Distribusi Uji t Variabel Suasana Toko (X3)	57



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Tugas Dosen Pembimbing
Lampiran 2 Kusioner Penelitian
Lampiran 3 Identitas Responden
Lampiran 4 Hasil Kuesioner
Lampiran 5 Karakteristik Responden
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
Lampiran 7 Hasil Uji Realiabilitas
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolonieritas
Lampiran 11 Hasil Analisa Uji F
Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Lampiran 13 Hasil Koefisien Determinasi
Lampiran 14 Hasil Uji t
Lampiran 15 Tabel r
Lampiran 16 Tabel F
Lampiran 17 Tabel t
Lampiran 18 Objek Penelitian Indomaret Kenjeran



ABSTRAK

Bisnis ritel pada saat ini memiliki persaingan yang sangat ketat, salah satunya pesaing pada bisnis Ritel Indomaret Kenjeran yaitu bisnis ritel Alfamart, Laporan penjualan pada bisnis ritel Alfamart jika di lihat lebih setabil di bandingkan dengan laporan penjualan pada bisnis ritel Indomaret ini sehingga peneliti tertarik untuk meneliti hal yang menunjang penjualan pada Indomaret Kenjeran yaitu *display*, promosi penjualan, dan suasana toko terhadap *impulsive buying* pada Indomaret yang ada di Kenjeran.

Tujuan penelitian ini peneliti menggunakan teknik penelitian kuantitatif, pengambilan populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan indomaret Kenjeran yang pernah melakukan pembelian pada Indomaret Kenjeran, dan juga sampel dari penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan menggunakan kuisioner yang di sebar kepada 75 responden.

Penelitian ini di lakukan dengan menggunakan beberapa uji yaitu, uji validitas pada uji validitas penelitian ini variabel yang di uji telah valid, uji realibilitas pada penelitian ini menyimpulkan bahwa setiap variabel yang di teliti bersifat reliabel atau konsisten, uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji normalitas berdasarkan uji normalitas variabel yang di uji berdistribusi normal, uji heteroskedastisitas pada penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas, uji multikolonieritas pada penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel yang di teliti tidak mengalami multikolonieritas, uji F pada penelitian ini dapat di simpulkan bahwa model regresi pada variabel yang di teliti layak untuk di lakukan penelitian, uji liniear berganda pada penelitian ini dapat di simpulkan bahwa variabel yang berpengaruh yaitu variabel promosi penjualan sedangkan variabel *display* dan suasana toko tidak berpengaruh terhadap variabel *impulsive buying*, koefisien determinasi pada penelitian ini dapat di simpulkan bahwa variabel bebas *display*, promosi penjualan dan suasana toko memiliki kontribusi yang rendah terhadap variabel terkait *impulsive buying*, dan uji t, uji t pada penelitian ini menghasilkan
$$display (X_1) = 0,801 < 1,99394$$
 dengan tingkat signifikan $0,426 < 0,050$. Yang berarti bahwa *display* tidak berpengaruh terhadap *impulsive buying* pada Indomaret Kenjeran. Promosi penjualan ($X_2 = 3,862 > 1,99394$) dengan tingkat signifikan $0 < 0,050$. Yang berarti variabel promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* pada Indomaret Kenjeran. Suasana toko ($X_3 = 1,222 < 1,99394$) dengan tingkat signifikan $0,226 > 0,050$. Yang berarti suasana toko tidak berpengaruh terhadap *impulsive buying* pada Indomaret Kenjeran. Dari hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* pada Indomaret Kenjeran, sedangkan *display* dan suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* di Indomaret Kenjeran.

Kata Kunci: *Display, Promosi penjualan, Suasana Toko, Impulsive Buying*

ABSTRACT

The retail business currently has very tight competition, one of which is the competitor in the Indomaret Kenjeran retail business, namely the Alfamart retail business. things that support sales at Indomaret Kenjeran are displays, sales promotions, and the shop atmosphere towards impulsive buying at Indomaret in Kenjeran.

The purpose of this study researchers used quantitative research techniques, taking the population in this study, namely Indomaret Kenjeran customers who have made purchases at Indomaret Kenjeran, and also the sample of this study using purposive sampling and using a questionnaire distributed to 75 respondents.

This research was conducted by using several tests, namely, the validity test in the validity test of this study, the tested variables were valid, the reliability test in this study concluded that each variable studied was realistic or consistent, the classical assumption test in this study used the normality test. based on the normality test of the variables in the normal distribution test, the heteroscedasticity test in this study did not experience heteroscedasticity, the multicollinearity test in this study concluded that the variables studied did not experience multicollinearity, the F test in this study concluded that the regression model on the variables studied feasible to do research, multiple linear tests in this study can be concluded that the influencing variable is the sales promotion variable while the display and shop atmosphere variables have no effect on the variable impulsive buying, the coefficient of determination in this study It can be concluded that the independent variables display, sales promotion and shop atmosphere have a low contribution to variables related to impulsive buying, and the t test, the t test in this study produces display ($X_1 = 0.801 < 1.99394$ with a significant level of $0.426 < 0.050$. Which means that display has no significant effect on impulsive buying at Indomaret Kenjeran. Sales promotion ($X_2 = 3.862 > 1.99394$ with a significant level of $0 < 0.050$. Which means that the sales promotion variable has a significant effect on impulsive buying at Indomaret Kenjeran. Shop atmosphere ($X_3 = 1.222 < 1.99394$ with a significant level of $0.226 > 0.050$. Which means the shop atmosphere has no significant effect on impulsive buying at Indomaret Kenjeran. From the results of this study it can be concluded that sales promotion has a significant effect on impulsive buying at Indomaret Kenjeran, while the display and shop atmosphere has no significant effect on impulsive buying at Indomaret Kenjeran.

Keywords: *Display, Sales Promotion, Store Atmosphere, Impulsive Buying*

