

**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *IMPULSE BUYING*
DI HOKKY *FRUIT* SUPERMARKET MERR SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

RIO HARIYANTO

19110032

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
2022**

**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI
HOKKY *FRUIT* SUPERMARKET MERR SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

RIO HARIYANTO
19110032

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.



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
2022**

**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, *STORE ATMOSPHERE*, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI
HOKKY FRUIT SUPERMARKET MERR SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Prasyarat
Dalam Menyusun Skripsi**



OLEH :

RIO HARIYANTO
19110032

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Rio Hariyanto
NPM : 19110032
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Display* Produk, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Impluse Buying* di Hokky Fruit Supermarket Merr Surabaya.

Pembimbing

Tanggal :



(Stephanie Astrid Ayu, S.E., M.M..)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Tanggal :



(Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Pengaruh *Display Produk*, *Store Atmosphere*, dan Kaulitas Pelayanan Terhadap
Impulse Buying di Hokky Fruit Merr Surabaya**

Oleh :

Rio Hariyanto

19110032

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Pada Tanggal.....4/1 23.....

Ketua : Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.

Anggota : 1. Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.

2. Stephanie Astrid Ayu, S.E.,M.M.

[Handwritten signatures of the three members of the thesis examination team]

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh Rio Hariyanto dengan NPM 19110032

telah diuji pada hari Rabu, 04/1/23

Dinyatakan **LULUS** oleh :

Ketua Tim Penguji



Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Lilik Indrawati, S.E., M.M.

Ketua Program Studi



Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rio Hariyanto

Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen Perhotelan

Alamat Asli : Dusun Batas Nangka, RT/RW. 001/000 Kelurahan Batas

Nangka, Kecamatan Menukung Pontianak

No. Identitas : 611004201000005

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh *Display Produk*, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying Di Hokky Fruit Supermarket Merr Surabaya

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan secara umum maupun sebagian dalam bentuk jurnal atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dijadikan rujukan dalam penulisan skripsi ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku umum. Apabila dikemudian hari terbukti ada ketidaksesuaian dan saya melakukan tindakan menyalin atau meniru karya tulis orang lain, saya bersedia menerima teguran berupa sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Cendika, termasuk pencabutan gelar sarjana.

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

Surabaya, 12 Januari 2023

Hormat saya,



Rio Hariyanto

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh *Display* Produk, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Impulse Buying* Di Hokky Fruit Supermarket Merr Surabaya” ini bisa diselesaikan dengan baik.

Selama penyusunan skripsi ini tidak luput dari banyaknya kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Romo Adrian Adiredjo, S.T.L., M.A., S.Th.D. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah menyediakan sarana dan fasilitas perkuliahan yang mendukung, serta memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menuntut ilmu di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Lilik Indrawati, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Stephanie Astrid Ayu, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi peneliti yang senantiasa telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran dan membimbing peneliti sehingga penyusunan proposal ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.





5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Dosen program studi manajemen Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan bagi peneliti.

6. Papa, Mama, dan Saudara serta seluruh Keluarga Kerabat Kasih dan Misi yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat dan kasih sayang sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

7. APTIK (*Association of Indonesian Catholic higher Education*) yang telah memberikan beasiswa penuh selama perkuliahan di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

8. Seluruh teman dan rekan yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Meski telah berusaha semaksimal mungkin dalam pembuatan proposal skripsi ini, tentu masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki, oleh karena itu diharapkan saran dan kritik membangun dari semua pihak. Semoga karya ini bermanfaat bagi banyak orang.

Surabaya, 12 Januari 2023

Peneliti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *display* produk, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap *impulse buying* pada Hokky Fruit Supermarket Merr Surabaya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 responden. Metode analisis data meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Berdasarkan Hasil penelitian data dengan SPSS Versi 23 menunjukkan bahwa semua item pernyataan masing – masing variabel dalam kuesioner dinyatakan valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,227, semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Hasil P-P Plot Uji Normalitas bahwa data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi dengan nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan $VIF \leq 10$. Hasil Uji Heterokedastisitas menunjukkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi karena tidak ada bentuk pola yang jelas dan adanya sebaran titik – titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah $Y = 3,508 - 0,112 X_1 - 0,172 X_2 + 1,210 X_3$, kontribusi variabel *Display* Produk, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan terhadap *Impulse Buying* pada Hokky Fruit Supermarket Merr Surabaya sebesar 37,1% termasuk kategori lemah. Hasil analisis Uji t menunjukkan bahwa *Display* produk dan *Store Atmosphere* tidak berpengaruh terhadap *Impulse Buying* sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*.

Kata Kunci: *Display* Produk, *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan *Impulse Buying*



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product displays, store atmosphere, and service quality on impulse buying at Hokky Fruit Supermarket Merr Surabaya. The sample in this study amounted to 75 respondents. Methods of data analysis include: validity and reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing.

Based on the results of data research with SPSS Version 23, it was shown that all statement items for each variable in the questionnaire were declared valid with $r_{count} > r_{table}$ of 0.227, all variables were declared reliable with cronbach's alpha values > 0.60 . The results of the P-P Plot Normality Test show that the data used in this study are normally distributed. Multicollinearity test results showed no symptoms of multicollinearity between independent variables in the regression model with tolerance values ≥ 0.10 and $VIF \leq 10$. Heteroscedasticity test results showed no symptoms of heteroscedasticity in the regression model because there was no clear pattern and there was a distribution of dots above and below the number 0 on the Y axis. The results of the multiple linear regression equation in this study are $Y = 3.508 - 0.112 X_1 - 0.172 X_2 + 1.210 X_3$, the contribution of Product Display variables, Store Atmosphere, and Service Quality to Impulse Buying at Hokky Fruit Supermarket Merr Surabaya at 37.1% is included in the weak category. The results of the t test analysis show that Product Display and Store Atmosphere have no effect on Impulse Buying while Service Quality has a significant effect on Impulse Buying.

Keywords: Product Displays, Store Atmosphere, Service Quality, and Impulse Buying



DAFTAR ISI

Cover Skripsi	i
Lembar Persetujuan Ujian Proposal Skripsi	ii
Lembar Pengesahan Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Skripsi	iv
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak	viii
Abstract	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Displai Produk</i>	8
2.1.2 <i>Store Atmosphere</i>	9
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	11
2.1.4 Pengaruh Antar Variabel	12
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel	14
2.1.6 Pengaruh Antar Variabel	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.2.1 Penelitian Terdahulu 1	16
2.2.2 Penelitian Terdahulu 2	17
2.2.3 Penelitian Terdahulu 3	19





2.2.4 Penelitian Terdahulu 4	20
2.2.5 Penelitian Terdahulu 5	21
2.2.6 Penelitian Terdahulu 6	22
2.2.7 Penelitian Terdahulu 7	23
2.3 Rerangka Pemikiran	25
2.4 Kerangka Konseptual	26
2.5 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Obyek Penelitian	27
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	27
3.3 Variabel Penelitian	27
3.3.1 Variabel Bebas	28
3.3.2 Variabel Terikat	28
3.4 Definisi Operasional Variabel	28
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Independen	28
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Dependen	30
3.5 Populasi dan Sampel	31
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel	31
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	32
3.6.2 Metode Pengumpulan Data	33
3.7 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.1 Uji Normalitas	35
3.7.2 Uji Multikolinearitas	36
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	36
3.7.4 Uji Regresi Linear Berganda	37
3.7.5 Koefisien Determinasi (r^2)	38
3.7.6 Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	40



4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Singkat Hokky <i>Fruit</i> Supermarket Merr Surabaya	40
4.1.2 Visi Misi Hokky <i>Fruit</i> Supermarket Merr Surabaya	41
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1 Karakteristik Responden	45
4.3 Pembahasan dan Analisis Data	47
4.3.1 Uji Validitas	47
4.3.2 Uji Realibilitas	49
4.3.3 Uji Deskriptif	49
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	54
4.3.5 Analisa Regresi Linear Berganda	56
4.3.6 Koefisien Determinasi	58
4.3.7 Uji t.....	58
BAB V PENUTUP	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan Tahunan Indeks Penjualan Eceran	3
Tabel 2.2.1	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 1	17
Tabel 2.2.2	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 2	18
Tabel 2.2.3	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 3	19
Tabel 2.2.4	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 4	21
Tabel 2.2.5	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 5	22
Tabel 2.2.6	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 6	23
Tabel 2.2.7	Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu 7	24
Tabel 3.1	Skala Likert	34
Tabel 3.7	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	38
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.5	Hasil Uji Realibilitas	49
Tabel 4.6	Rentang Skala Likert	49
Tabel 4.7	Analisis Customer Terhadap Display Produk	50
Tabel 4.8	Analisis Customer Terhadap Store Atmosphere	51
Tabel 4.9	Analisis Customer Terhadap Store Atmosphere	52
Tabel 4.10	Analisis Customer Terhadap Impulse Buying	53
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.12	Hasil Analisa Regresi Linear Berganda	56
Tabel 1.13	Hasil Koefisien Determinasi	58
Tabel 1.14	Hasil Uji t	59



GAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dimensi Empat Store Atmosphere	10
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran	25
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Struktur organisasi Hokky Fruit Supermarket Merr Surabaya	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	54
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas	55
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Variabel Display Produk (X1)	59
Gambar 5.5 Kurva Distribusi Uji t Variabel Store Atmosphere (X2)	60
Gambar 5.6 Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	61

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk penjiplakan/pengutipan/penggunaan tanpa izin dari perpustakaan akan dikenakan sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

