

**PENGARUH STORE ENVIRONMENT TERHADAP IMPULSE
BUYING**
(Studi Pada Pelanggan Hypermart Royal Plaza Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

FANANI INWANUL FALAH

NPM : 13420318

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2018

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Fanani Inwanul Falah
NPM	:	13420318
Program Studi	:	S1 Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis

Dengan penuh kesadaran saya telah memahami sebaik-baiknya dan menyatakan bahwa karya ilmiah skripsi ini bebas dari segala bentuk plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti adanya indikasi plagiat dalam karya ilmiah ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan Mendiknas Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 dan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 21 Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan



(Fanani Inwanul Falah)

NPM : 13420318

SKRIPSI

PENGARUH STORE ENVIRONMENT TERHADAP IMPULSE BUYING

(Studi Pada Pelanggan Hypermart Royal Surabaya)

Diajukan Oleh :

FANANI INWANUL FALAH

NPM : 13420318

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING

MAQBULA AROCHMAN, SE, M.Ak

Tanggal, 24 - 06 - 2019

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. SITI DJAMILAH, SE.,M.Si

Tanggal, 21 - 06 - 2019

Skripsi

PENGARUH STORE ENVIRONMENT TERHADAP IMPULSE BUYING

(Studi Pada Pelanggan Hypermart Royal Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

FANANI INWANUL FALAH

NPM : 13420318

Susunan Dewan Pengaji

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Pengaji Lain

Maqbula Arochman, SE, M.Ak

Ni Ketut Yuli Agustin, SE., MM

Dwi Indah Mustikaroni, SE, MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana
manajemen

Tanggal

Dr. Siti Djamilah, SE., MSi

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat dan anugrah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH STORE ENVIRONMENT TERHADAP IMPULSE BUYING”** dengan lancar. Skripsi merupakan persyaratan kelulusan Studi di Jurusan Ekonomi S-1 Program Pendidikan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen.

Keberhasilan penyelesaian laporan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Untuk itu penyusun menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayahnya kepada penulis.
2. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr, Sp. TRHT-KL Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM. M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., MSi selaku Ketua Program Pendidikan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Ibu Maqbula Arochma, SE,M.Ak selaku dosen pembimbing.
6. Kepada teman-teman Manajemen Angkatan 2013 dan juga teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan support.
7. Kepada kedua orang tua saya H.Moch Sobri dan HJ. Siti Humaidah yang selalu memberikan dukungan penuh, dan mendoakan saya sampai sejauh ini.
8. Kepada kakak dan adik saya Erna Fauziah,S.H , Achmad Zidni Mas'ud yang selalu memberikan semangat dan selalu mendoakan saya sampai sejauh ini.
9. Kepada semua parter kerja saya maupun ex partner kerja saya terimakasih atas motivasi dan dorongan saya sampai saya bisa mengexplore dan bisa berjuang hingga saat ini.

10. Kepada sahabat saya Chyda Adeilla Giova yang memberikan semangat dan dukungan kepada saya hingga saat ini.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dan menyadari sepenuhnya akan keterbatasan pengetahuan dalam menyelesaikan laporan ini. Untuk itu penyusun mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan laporan ini.

Harapan penulis semoga laporan skripsi ini memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan pembaca.

Surabaya, 24 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	.v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	11
ABSTRACT	12

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tiga Ritel Hypermarket Terbesar di Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku per Bulan	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.6 Kelas Interval	60
Tabel 4.7 Tanggapan Berkaitan dengan Impulse Buying	61
Tabel 4.8 Tanggapan Berkaitan dengan Faktor Ambien	62
Tabel 4.9 Tanggapan Berkaitan dengan Faktor Sosial	64
Tabel 4.10 Tanggapan Berkaitan dengan Faktor Desain	66
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Faktor Ambien.....	67
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Faktor Sosial.....	68
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Faktor Desain	68
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Impulse Buying	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.16 Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Uji F	74
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Uji T	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Pengambilan Keputusan Konsumen	20
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner

Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Descriptive Variabel Penelitian

Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 Regressionn

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *store environment* yang memiliki 3 komponen yang terdiri dari faktor ambient, faktor desain, dan faktor social, terhadap *impulse buying* konsumen Hypermart Royal Surabaya sebanyak 100 responden.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode dari penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Untuk program menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Penelitian ini menggunakan 3 variabel. Variabel independen yaitu faktor ambient, faktor desain, faktor social; dan variable dependen adalah *impulse buying*.

Hasil penelitian ini diketahui jumlah responden sebanyak 100 yang terdiri dari 62 konsumen perempuan dan 38 konsumen laki-laki yang merupakan konsumen Hypermart Royal Surabaya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara 3 komponen yaitu faktor ambien, faktor social, faktor desain terhadap *impulse buying* di Hypermart Royal Surabaya terbukti dari nilai signifikansi masing-masing variabel $p < 0,05$. Dimana ketiga komponen variabel baik faktor ambient, faktor social, faktor desain memberikan pengaruh sebesar 33,4% terhadap *impulse buying* sedangkan sisanya 66,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

Kata Kunci : Faktor Ambien, Faktor Desain, Faktor Sosial, Impulse Buying

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of store environments that have 3 components consisting of ambient factors, design factors, and social factors, towards 100 consumers of impulse buying Hypermart Royal Surabaya.

This research uses purposive sampling technique. The method of this study is a quantitative research method. For programs using Multiple Linear Regression Analysis. This study uses 3 variables. Independent variables are ambient factors, social factors, design factors and the dependent variable is impulse buying.

The results of this study note that the number of respondents of 100 consisting of 62 female consumers and 38 male consumers who are consumers of Hypermart Royal Surabaya showed that there were influences between the 3 components, namely ambient factors, social factors, design factors for impulse buying at Hypermart Royal Surabaya. from the significance values of each variable $p < 0.05$. Where the three variable components are both ambient, social factors, design factors have an influence of 33.4% on impulse buying while the remaining 66.6% is explained by other variables outside the model studied.

Key Word : Ambien Factor, Desain Factor, Social Factor, Impulse Buying