

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE*
*BUYING***

(Studi Kasus pada 212 Mart Koperasi Syariah 212 Garut Hijrah Kabupaten Garut)

SKRIPSI

Disusun oleh:
AHMADIPURA
C1150097

Pembimbing :
Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc



KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
INSTITUT KOPERASI INDONESIA

2019

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL : **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
IMPULSE BUYING (Studi Kasus Pada 212 Mart Koperasi
Syariah 212 Garut Hijrah Kabupaten Garut)**

NAMA : **AHMADIPURA**

NRP : **C1150097**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN – S1**

KONSENTRASI : **MANAJEMEN BISNIS**

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Dosen Pembimbing



(Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., MSc)

Direktur Program Studi Manajemen S1



(Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., MSc)

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 30 Januari 1996 di Sumedang, Jawa Barat. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara Keluarga Bapak Asep Dan Ibu Yati. Pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2009 lulus dari SDN Cipacing 1, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat.
2. Tahun 2012 lulus dari SMP Negeri 1 Jatinangor, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat.
3. Tahun 2015 lulus dari SMA Negeri 1 Rancaekek, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Tahun 2015 penulis mencatatkan diri sebagai Mahasiswa Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) di Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan kemahasiswaan yaitu Sanggar Seni 12 Juli IKOPIN sebagai Ketua Umum periode 2016-2018.

IKOPIN

ABSTRACT

Ahmadipura, C1150097, The Influence of Store Atmosphere on Impulse Buying case study on Koperasi Syariah 212 Garut Hijrah Bandung Regency under the guidance of Mr. Gijanto Purbo Suseno.

Store atmosphere becomes very important because it can trigger more unplanned purchases (impulse buying). Impulse Buying is a factor that retailers pay attention to because it can increase sales.

This study aims to find out: 1 Store Atmosphere at 212 Mart Leles Ks 212 Garut Hijrah; 2 The impulse buying behavior that occurred at 212 Mart Leles KS 212 Garut Hijrah; 3 The influence of store atmosphere on impulse buying, and 4 Efforts to utilize impulsive buying through the role of the store atmosphere. This type of research is Explanatory Research conducted to get an explanation of the causal relationship between variables as a phenomenon with empirical testing. Sampling using a saturated sample technique as many as 95 people who are members of KS 212 Garut Hijrah. The data analysis method used in this study was distributing questionnaires. The analysis technique used is simple regression analysis.

The results of the study found that there was an influence between store atmosphere and impulse buying as evidenced by obtaining a significance value of $0.001 < 0.05$ and t-test results obtained at $5.597 > 0.67714$ this means that H_0 is rejected and H_a is accepted so there is a significant effect of store atmosphere on impulse buying. Based on the results of the coefficient of determination, R Square of 0.252 means that store atmosphere simultaneously affects the impulse buying of 24.7% and the remaining 75.3% is influenced by variables outside the regression equation or variables not examined.

Keywords: Store Atmosphere, Impulse Buying

IKOPIN

RINGKASAN

Ahmadipura, C1150097, Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* studi kasus pada Koperasi Syariah 212 Garut Hijrah Kabupaten Bandung di bawah bimbingan Bapak Gijanto Purbo Suseno.

Store atmosphere menjadi sangat penting karena diduga dapat memicu lebih banyak pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya (*impulse buying*). *Impulse Buying* merupakan faktor yang di perhatikan para retailer karena dapat meningkatkan penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1 *Store Atmosphere* di 212 Mart Leles Ks 212 Garut Hijrah; 2 Perilaku *impulse buying* yang terjadi di 212 Mart Leles KS 212 Garut Hijrah, Pengaruh store atmosphere terhadap impulse buying, dan 4 Upaya-upaya untuk memanfaatkan pembelian impulsif melalui peran suasana toko. Jenis Penelitian ini adalah *Explanatory Research* yang dilakukan untuk mendapatkan eksplanasi hubungan kausal antara variabel sebagai fenomena dengan pengujian empiris. Pengambilan sampel menggunakan Teknik sampel jenuh sebanyak 95 orang yang merupakan anggota KS 212 Garut Hijrah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebar kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

Hasil Penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh antar store atmosphere dengan *impulse buying* dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan pengujian t hitung didapatkan hasil $5,597 > 0,67714$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian terdapat pengaruh signifikan *store atmosphere* terhadap impulse buying. Berdasarkan hasil koefisien determinasi didapatkan R Square sebesar 0,252 berarti *store atmosphere* secara simultan berpengaruh terhadap *impulse buying* sebesar 25,2% dan sisanya 72,8% dipengaruhi variabel di luar persamaan regresi atau variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Impulse Buying*

IKOPIN

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrabil'alamin, rasa syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan judul *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING*". Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Konsentrasi Manajemen Bisnis di Institut Manajemen Koperasi Indonesia.

Penyusunan skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki oleh penulis. Namun atas bimbingan, pengarahan serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat mengusahakan penyelesaian skripsi ini se optimal mungkin.

Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada Ayah dan Ibu serta kedua adik tercinta, yang telah mencurahkan segala rasa, pikiran dan tenaganya dalam pemberian dukungan sehingga penulis mampu berdiri sampai detik ini dan menyelesaikan pendidikan Strata-1 serta . Semoga Allah SWT memberikan pahala terbaik untuk kalian, semoga kalian ditempatkan bersama orang-orang yang di ridhai oleh Nya. Aamiin. Tidak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc. selaku Direktur Program Studi S1 Manajemen sekaligus dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan pengarahan, bimbingan, serta

saran di sela-sela banyaknya kegiatan yang harus beliau lakukan. *Jazakallah khairan katsiran.*

2. Bapak Dr. Eka Setiajatnika, M.Si selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan saran, arahan dan nasihat dalam penulisan skripsi ini;
3. Bapak Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc. selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan masukan, arahan dan nasihat dalam penulisan skripsi ini;
4. Bapak DR. (HC). Burhanudin Abdullah, MA selaku Rektor Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN).
5. Seluruh dosen dan karyawan Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN);
6. Eka Tjipta Foundation yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk mengenyam Pendidikan di perguruan tinggi;
7. Seluruh pengurus, pengawas dan karyawan di KS 212 Garut Hijrah khususnya jajaran pengurus dan karyawan 212 Mart Leles Garut yang telah meluangkan waktu dalam memberikan informasi kepada peneliti.
8. Sahabat-sahabat LIC Devy Budhi Pertiwi, Kintan Dwi Fitriani, Valentina Meli Yanda, Dian Kusuma Wardani, Chairinnissa, Nurul Hanifah Mulyadi, Abdul Jamal, Eko Putra Budi Listiyanto, Chusein Walilyulloh, Nadya Ayu Anjani dan Rijal Alfia Mujahid terimakasih untuk segalanya.
9. Sahabat di SMA Rancaekek, Nathalia, Lusianawati, Asep, Aric Nugraha, Irman, Vanji dan Heru.
10. Teman-teman Kelas B (B-Brave) dan teman-teman Manajemen Bisnis A yang telah memberi dukungan serta motivasi kepada penulis.

11. Keluarga UKM Sanggar Seni 12 Juli IKOPIN yang tidak bisa disebutkan satu persatu, serta alumni-alumni yang telah memberikan pengalaman banyak tentang organisasi.
12. Teman-teman satu bimbingan Neta. Mirda, Sukma, Tyas, Lulu, Ester, Ririn, Herlin dan Widi yang memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi.
13. Teman-teman Praktik Lapang Arif, Iis, Delia, Yola dan Arif yang telah memberikan pengalaman yang berharga, serta memberikan dorongan kepada penulis.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu sehingga terselesainya skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis memohon kepada Allah SWT agar membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini dengan berlipat ganda, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Sumedang, 2019

Penulis

IKOPIN

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan	10
1.3.1 Maksud	10
1.3.2 Tujuan	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Teoretis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	12
2.1 Pendekatan Masalah	12
2.1.1 Koperasi	12
2.1.2 Ritel	18
2.1.3 Bauran Ritel	24
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	25
2.1.5 <i>Impulse Buying</i>	28
2.2 Metode Penelitian	29
2.2.1 Operasionalisasi Variabel	30
2.2.2 Sumber Data dan Cara Menentukannya	32
2.2.3 Teknik pengumpulan Data	32
2.2.4 Populasi dan Sampel	33
2.2.5 Rancangan Analisis	34
2.2.7 Tempat Penelitian	40

2.2.8 Jadwal Penelitian.....	41
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	42
3.1 Keadaan Umum Organisasi	42
3.1.1 Sejarah Singkat Terbentuknya KS 212 Garut Hijrah	42
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi	42
3.1.3 Keanggotaan Koperasi	44
3.1.4 Kegiatan Usaha dan Permodalan KS 212 Garut Hijrah	45
3.1.5 Kegiatan Usaha	45
3.1.6 Permodalan Koperasi	47
3.2 Implementasi Jati Diri KS 212 Garut Hijrah.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Karakteristik Responden	57
4.2 Pelaksanaan <i>Store Atmosphere</i>	57
4.3 <i>Impulse Buying</i> Pada 212 Mart KS 212 Garut Hijrah.....	71
4.4 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	77
1.4.3 Uji Validitas	77
1.4.4 Uji Reliabilitas	80
1.4.5 Uji Normalitas.....	80
1.4.6 Analisis Regresi Sederhana.....	82
1.4.7 Koefisien Determinasi.....	82
1.4.8 Uji Statistik t	83
4.5 Upaya – Upaya yang Harus Dilakukan untuk Memanfaatkan <i>Impulse Buying</i> Melalui Peran <i>Store Atmosphere</i>	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran-saran.....	90

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Penjualan 212 Mart Leles Garut	7
Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 2. 2 Kelas Interval	37
Tabel 3. 1 Penerapan Definisi Koperasi di KS 212 Garut Hijrah	47
Tabel 3. 2 Penerapan Prinsip Koperasi di KS 212 Garut Hijrah.....	49
Tabel 3. 3 Penerapan Nilai Koperasi di KS 212 Garut Hijrah	52
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Terhadap Desain Eksterior	58
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap Papan Nama.....	59
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Pintu Masuk.....	61
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Pencahayaan Ruangan	62
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Pewarnaan Ruangan	63
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Volume Musik, Aroma dan Suhu Udara	64
Tabel 4. 7Tanggapan Responden Terhadap Pengelompokan Barang	66
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Pengaturan Rak dan Gang	67
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Tanda Petunjuk.....	68
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Tema Ruangan.....	69
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Variabel Store Atmosphere (X)	70
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Barang Secara Spontan.	71
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Barang Sesuai Dengan Yang Sedang Dirasakan	72
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap "Lakukan Saja" Menggambarkan Cara Membeli.....	73
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Membeli Produk Ketika Merasa Diingatkan.....	74
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Terdapat Motivasi dan Gairah dalam Membeli	75

Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Membeli Tanpa Pikir Panjang.....	76
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Variabel Impulse Buying (Y).....	77
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4. 20 Hasil Perhitungan Koefisien.....	82
Tabel 4. 22 Hasil Perhitungan Coefficient.....	84



IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perilaku Belanja Konsumen di Toko Ritel Modern	4
Gambar 2. 1 Aturan Ritel dan Proses Distribusi	20
Gambar 2. 2 Karakteristik Ritel	21
Gambar 3. 1 Susunan Pengurus KS 212 Garut	43
Gambar 3. 2 Susunan Pengawas KS 212 Garut Hijrah	44
Gambar 3. 3 Penjualan 212 Mart Tahun 2018	46
355	70
Gambar 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Store Atmosphere	78
Gambar 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Impulse Buying	79
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	81



IKOPIN