

**HUBUNGAN ANTARA *DISPLAY* PRODUK DAN SUASANA TOKO  
DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF *MINIMARKET* INDOMARET 2  
CABANG WADAS PADA WARGA RW 014 KELURAHAN PANCORAN  
MAS KECAMATAN PANCORAN MAS DI DEPOK**

**RAHMAT HIDAYAT**

**8135132270**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2017**

***THE CORRELATION BETWEEN PRODUCT DISPLAY AND  
STORE ATMOSPHERE WITH IMPULSIVE BUYING  
MINIMARKET INDOMARET 2 BRANCH WADAS ON CITIZEN  
ASSOCIATION 014 SUB-DISTRIC PANCORAN MAS DISTRIC  
PANCORAN MAS IN DEPOK***

**RAHMAT HIDAYAT**

**8135132270**



*Building  
Future  
Leaders*

*Thesis is Organized As One of The Requirements For Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economic State University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2017***

## ABSTRAK

**RAHMAT HIDAYAT**, Hubungan Antara *Display* Produk dan Suasana Toko dengan Pembelian Impulsif *Minimarket* Indomaret 2 Cabang Wadas pada Warga RW 014 Kelurahan Pancoran Mas Kecamatan Pancoran Mas di Depok. Skripsi, Jakarta, Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di RW 014, Kelurahan Pancoran Mas Kecamatan Pancoran Mas di Depok, selama tiga bulan terhitung sejak Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara *display* produk dan suasana toko dengan pembelian impulsif *minimarket* indomaret 2 cabang wadas pada warga rw 014 kelurahan pancoran mas kecamatan pancoran mas di depok. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah semua warga RW 014 Kelurahan Pancoran Mas Kecamatan Pancoran Mas di Depok. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 105 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 42,68 + 0,5409X_1$  dan  $\hat{Y} = 36,90 + 0,6200X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *Lilliefors* menghasilkan  $L_{hitung} = 0.0817$  untuk Y atas  $X_1$  dan  $L_{hitung} = 0.0474$  untuk Y atas  $X_2$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 105$  pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,0864. Karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran Y atas  $X_1$  dan Y atas  $X_2$  berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $0,86 < 1,62$  untuk  $X_1$  dan  $1,07 < 1,62$  untuk  $X_2$ , sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu,  $73,34 > 3,92$  untuk  $X_1$  dan  $87,03 > 3,92$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson* menghasilkan  $r_{xy} = 0,645$  untuk  $X_1$  dan  $r_{xy} = 0,677$  untuk  $X_2$ , selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan  $t_{hitung} = 8,564$  untuk  $X_1$  dan  $t_{hitung} = 9,329$  untuk  $X_2$  dan  $t_{tabel} = 1,62$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,645$  untuk  $X_1$  dan  $r_{xy} = 0,677$  untuk  $X_2$  adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 41,59% yang menunjukkan bahwa 41,59% variabel pembelian impulsif ditentukan oleh *display* produk dan 45,80% yang menunjukkan bahwa 45,80% variabel pembelian impulsif ditentukan oleh suasana toko.

**Kata kunci:** Pembelian Impulsif, *Display* Produk, Suasana Toko

## ABSTRACT

**RAHMAT HIDAYAT**, *The Correlation Between Product Display and Store Atmosphere With Impulsive Buying Minimarket Indomaret 2 Branch Wadas on citizen association 014 Sub-District Pancoran Mas District Pancoran Mas in Depok. Commerce Education Studies Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

*This research was conducted on citizen association 014 Sub-District Pancoran Mas District Pancoran Mas in Depok, for 3 months, starting from March 2017 to June 2017. The purpose of this study is to determine correlation between product display and store atmosphere with impulsive buying Minimarket Indomaret 2 branch wadas on Citizen Association 014 Sub-District Pancoran mas District Pancoran Mas in Depok. The method used is survey method with the correlational approach, the population used are all citizen association 014 Sub-District Pancoran Mas District Pancoran Mas in Depok. The sampling technique used was by purposive sampling as many as 105 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 42,68 + 0,5409X_1$  and  $\hat{Y} = 36,90 + 0,6200X_2$ . Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with the test Lilliefors produce  $L_{count} = 0,0817$  for Y on  $X_1$  dan  $L_{count} = 0,0474$  for Y on  $X_2$ , while  $L_{table}$  for  $n = 105$  at 0,05 significant level is 0,0864. Because  $L_{count} < L_{table}$  the error estimates Y over X normal distribution. Linearity Regression Test generate  $F_{count} < F_{table}$  is  $0,86 < 1,62$  for Y on  $X_1$   $1,07 < 1,62$  for Y on  $X_2$ , so it was concluded that the linear regression equation. Significance of the regression test produces  $F_{count} > F_{table}$  is,  $73,34 > 3,92$  for Y on  $X_1$  and  $87,03 > 3,92$  for Y on  $X_2$ , so it can be inferred that the regression equation significantly. The correlation coefficient of Pearson Product Moment generating  $r_{xy} = 0,645$  for Y on  $X_1$  and  $r_{xy} = 0,677$  for Y on  $X_2$ , then the correlation coefficient significance test was done by using the t test and the resulting is  $t_{count} = 8,564$  for Y on  $X_1$  and  $t_{count} = 9,329$  for Y on  $X_2$  and  $t_{table} = 1,62$ . It can conclude that the correlation coefficient  $r_{xy} = 0,645$  for Y on  $X_1$  and  $r_{xy} = 0,677$  for Y on  $X_2$  is significant and positive. The coefficient of determination obtained at 41,59%, which shows that 41,59% variable impulsive buying is determined by product display and 45,80%, which shows that 45,80% variable impulsive buying is determined by store atmosphere.*

**Key word:** *Impulsive Buying, Product Display, Store Atmosphere.*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus  
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Corry Yohana, MM.</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		<u>22/06/17</u>
2. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Penguji Ahli		<u>22/06/17</u>
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 19550722198102001	Sekretaris		<u>22/06/17</u>
4. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 19540431985032002	Pembimbing I		<u>22/06/17</u>
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		<u>22/06/17</u>

Tanggal Lulus: 15 Juni 2017

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 15 Juni 2017

Yang membuat pernyataan



Rahmat Hidayat

No. Reg. 8135132270

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

**DUIT**

*(Do'a Usaha Ikhtiar Tawakal)*

*Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan do'a, karena sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha untuk mengubahnya.*

*Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan*

*Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan*

*Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).*

*Dan hanya kepada Tuhanmu lah engkau berharap.*

*(QS. Al-Insyirah: 5-8)*

*Alhamdulillah Robbil Alamin. Segala puji hanya untuk Allah tuhan semesta alam.*

*Atas berkah dan rahmat-Nya lah yang telah membuat saya selalu di beri kemudahan.*

*Skripsi ini saya persembahkan terutama untuk ayahanda dan ibunda tersayang.*

*Kalianlah sebagai sumber inspirasi tiada henti, dan tiada terbilang.*

*Dukungan kalian senantiasa menumbuhkan semangat pada saya dalam menjalani hari - hari  
disaat senang maupun duka.*

*Dan saya meminta restu untuk bisa belajar di negeri Turki Istanbul dalam memperdalam ilmu  
yang belum sepenuhnya saya dapatkan.*

*Semoga ridho dan kerberkahan-Nya selalu menyertai kalian.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga berkat-Nya lah peneliti dapat diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara *Display* Produk dan Suasana Toko dengan Pembelian Impulsif *Minimarket* Indomaret 2 Cabang Wadas pada Warga RW 014 Kelurahan Pancoran Mas Kecamatan Pancoran Mas di Depok”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu peneliti. Mekan dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dra. Rochyati, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, semangat, waktu, tenaga, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, arahan, tenaga, waktu, kritik, saran, dan memberikan semangat yang tiada hentinya serta, memberikan ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
3. Dra. Dientje Griandini, M.Pd selaku pembimbing akademik.
4. Dr. Corry Yohana, MM selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga.

5. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
7. Orang tua tercinta Bapak Marliyus dan Ibu Halimah yang selalu mendoakan anaknya dan tak pernah lelah untuk mendidik sampai saat ini serta dukungan mereka baik secara materi maupun moril.
8. Teman-teman D'Papeda Acapella, Kesta, Anton, Lutfi, Ares yang selama ini mensupport dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Forum Bidik Misi angkatan 2013-2014 yang telah mengizinkan saya untuk mempunyai keluarga baru di sana.
10. Keluarga Besar United Islamic Cultural Center of Indonesia sebagai tempat terbaik untuk mendekatkan diri kepadaNya
11. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga A 2013.
12. Teman-teman seperjuangan satu bimbingan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, 15 Juni 2017

Rahmat Hidayat