

**HUBUNGAN ANTARA SUASANA TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN  
DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF *FOODMART EXPRESS* PASAR BARU  
PADA WARGA RW 06 KELURAHAN PASAR BARU KECAMATAN  
SAWAH BESAR DI JAKARTA**

**UMMU FITRIANI**

**8135134108**



*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 STORE ATMOSPHERE AND SALES  
PROMOTION WITH IMPULSE BUYING FOODMART EXPRESS PASAR  
BARU ON CITIZEN ASSOCIATION 06 PASAR BARU VILLAGE SAWAH  
BESAR SUB-DISTRIC IN JAKARTA***

**UMMU FITRIANI**

**8135134108**



*Building  
Future  
Leaders*

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

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2017***

## ABSTRAK

**UMMU FITRIANI**, Hubungan Antara Suasana Toko dan Promosi Penjualan dengan Pembelian Impulsif *Foodmart Express* Pasar Baru Pada Warga RW 06 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar di Jakarta. Skripsi, Jakarta, Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di RW 06, Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar di Jakarta, selama Empat bulan terhitung sejak Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Suasana Toko dengan pembelian impulsif dan Promosi Penjualan dengan Pembelian Impulsif *Foodmart Express* Pasar Baru Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survei* dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RW 06 yang melakukan pembelian impulsif di *Foodmart Express* Pasar Baru Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 70 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 23.93 + 0,72X_1$  dan  $\hat{Y} = 25.00 + 0,70X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *Lilliefors* menghasilkan  $L_{hitung} = 0.0792$  untuk Y atas  $X_1$  dan  $L_{hitung} = 0.1013$  untuk Y atas  $X_2$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 70$  pada taraf signifikan 0,05 adalah  $= 0,1058$ , 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  $1.51 < 1.72$  untuk  $X_1$  dan  $1.66 < 1.78$  untuk  $X_2$ , dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu,  $84.67 > 3.98$  untuk  $X_1$  dan  $91.57 > 3.98$  untuk  $X_2$ , dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *product moment* dari *Pearson* menghasilkan  $r_{xy} = 0.745$  untuk  $X_1$  dan  $r_{xy} = 0.758$  untuk  $X_2$ , dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi untuk  $X_1$  dan  $X_2$  adalah positif dan signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan  $t_{hitung} = 9.202$  untuk  $X_1$ , sedangkan  $t_{hitung} = 9.569$  untuk  $X_2$  dengan  $t_{tabel} = 1.67$ . Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 55.46%, menunjukkan bahwa variabel pembelian impulsif ditentukan oleh suasana toko dan 57.39%, menunjukkan bahwa variabel pembelian impulsif ditentukan oleh promosi penjualan.

**Kata kunci : Suasana Toko, Promosi Penjualan, Pembelian Impulsif.**

## ABSTRACT

**UMMU FITRIANI**, *The Correlation Between Store Atmosphere and Sales Promotion with Impulse Buying Foodmart Express Pasar Baru On Citizen Association 06 Pasar Baru Village Sawah Besar Sub-District, In Jakarta. Study Program Of Commerce Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

*This research was conducted in Citizen Association 06, Pasar Baru Village Sawah Besar Sub-District, In Jakarta, for four months, starting from March 2017 to June 2017. The purpose of this study is to determine correlation between store atmosphere and sales promotion with impulse buying Foodmart Express on Citizen Association 06 Village Pasar Baru Sub-District Sawah Besar, In Jakarta. The research method used is survey method with the correlational approach. Population used are all Citizen Association 06 doing impulse buying in Pasar Baru Foodmart Express, Pasar Baru Village Sawah Besar Sub-District, In Jakarta. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 70 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 23.93 + 0.72X_1$  and  $\hat{Y} = 25.00 + 0.70X_2$ . Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with test Lilliefors produce  $L_{count} = 0.0792$  for Y on  $X_1$  and  $L_{count} = 0.1013$  for Y on  $X_2$ , while  $L_{table}$  for  $n = 70$  at 0.05 significant level is 0.1058 because  $L_{count} < L_{table}$  the estimated error of Y over X normally distribution. Testing linearity of regression produces  $F_{count} < F_{table}$  is  $1.51 < 1.72$  for  $X_1$  and  $1.66 < 1.78$  for  $X_2$ , so it is concluded that the linear equation regression. Hypothesis testing from the significance regression produces  $F_{count} > F_{table}$  which  $84.67 > 3.98$  for  $X_1$  and  $91.57 > 3.98$  for  $X_2$ , meaning that the regression equation is significant. Correlation coefficient of Pearson Product moment generating  $r_{xy} = 0.745$  for  $X_1$   $r_{xy} = 0.758$  for  $X_2$ . Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ ,  $t_{count} = 9.202$  for  $X_1$ , while  $t_{count} = 9.569$  for  $X_2$  and  $t_{table} = 1.67$ . It can conclude that the correlation coefficient is significant. The coefficient of determination obtain for is 55.46% which show that 55.46% of the variant of impulse buying is determined by store atmosphere and 57.39% which show that 57.39% of the variant of impulse buying is determined by sales promotion.*

**Keywords :** *Store Atmosphere, Sales Promotion, Impulse Buying.*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana E. S. M. Bus  
NIP. 196712071992031001

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	TANGGAL
1. <u>Dr. Corry Yohana, M.M.</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		08 Juni 2017
2. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Penguji Ahli		08 Juni 2017
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Sekretaris		08 Juni 2017
4. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing I		08 Juni 2017
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		08 Juni 2017

Tanggal Lulus : 07 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, Juni 2017

Yang membuat pernyataan



Ummu Fitriani

8135134108

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### *Motto*

*"Banyak Kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang - orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah  
(Thomas Alva Edison)*

### *Skripsi ini kupersembahkan untuk*

*Skripsi ini saya persembahkan untuk Almh. Ibu yang selalu dikenang oleh anaknya dan bapak yang tidak pernah lelah mendoakan dan menasehati anaknya untuk menjadi anak yang lebih baik. Semoga Allah membalas kebaikan mereka semua dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Suasana Toko dan Promosi Penjualan dengan Pembelian Impulsif *Foodmart Express* Pasar Baru pada Warga RW 06 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Sawah Besar di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Nurahma Hajat, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, semangat, waktu, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, waktu, tenaga, kritik, saran dan memberikan semangat kepada peneliti dalam membimbing penulisan skripsi ini.
3. Usep Suhud, P.Hd selaku dosen pembimbing akademik.
4. Dr. Corry yohanna, MM selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



5. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi. Khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
7. Bapak Saefudin selaku ketua Rukun Warga 06 yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua Ibu Hj. Chayatun (Almh) dan Bapak H. Lagiman Muh Nurdin dan seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan semangat berupa materil maupun moril.
9. Teman - teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga B 2013 yang selalu bahagia dan memberikan penyemangat.
10. Seluruh teman-teman satu bimbingan skripsi.

Semoga Allah memberikan balasan kebaikan yang berlipat ganda kepada mereka semua. Peneliti menyadari sepenuhnya dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran, kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juni 2017

Ummu Fitriani