

# **FACTORS AFFECTING UNPLANNED PURCHASES IN CIPUTAT'S TOP TIP RETAIL BUSINESS**

**By Devita Qadrina Irawan**

## ***Abstract***

*In the era of globalization now the business world is always developing rapidly. The development of the business encourages changes in patterns of human behavior, where in consuming goods and services, people demand practicality and comfort in meeting their needs. With the development of business and behavior patterns, Tip Top is present as one of the retail businesses in the supermarket category. This research was conducted to determine the factors that influence unplanned purchases at the Tip Top Ciputat retail business, especially in the factors of sales promotion, personal sales and store atmosphere. The population in this study were people who had shopped at Tip Top Ciputat. The sample size taken was 75 respondents, with a non probability sampling method specifically purposive sampling. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis. The results of this study indicate that sales promotion and personal sales have an significant influence on unplanned purchases, while store atmosphere has no effect and is not significant on unplanned purchases.*

*Keywords: Sales Promotion, Individual Sales, Store Atmosphere, Unplanned Purchases*

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPEMPENGARUHI PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA BISNIS RITEL TIP TOP CIPUTAT**

**Oleh Devita Qadrina Irawan**

## **Abstrak**

Pada era globalisasi kini dunia bisnis selalu berkembang secara cepat. Berkembangnya bisnis tersebut mendorong perubahan pola perilaku manusia, dimana dalam mengkonsumsi barang dan jasa masyarakat menuntut kepraktisan dan kenyamanan dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan berkembangnya bisnis dan pola perilaku, Tip Top hadir sebagai salah satu bisnis ritel dalam kategori supermarket. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian tidak terencana pada bisnis ritel Tip Top Ciputat khususnya pada faktor promosi penjualan, penjualan perseorangan dan atmosfer toko. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang telah berbelanja di Tip Top Ciputat. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 75 responden, dengan metode *non probability* sampling khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan promosi penjualan dan penjualan perseorangan memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana, sedangkan atmosfer toko tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian tidak terencana.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan, Atmosfer Toko, Pembelian Tidak Terencana