

The Effect of Store Atmosphere, Discount Prices, and Sales Promotions on Unplanned Purchases (Case Study of South Tangerang Giant Ciledug)

By Muhammad Shidiq Prabowo

Abstract

This research was conducted to prove the influence of shop atmosphere, discount prices and sales promotions on unplanned purchases of case studies in South Tangerang Giant Ciledug. This study uses a visitor population who shop at South Tangerang Giant Ciledug with a sample of 75 respondents and questionnaire distribution techniques to get respondents' answers. The analytical tool used for this study is Partial Least Square 3.0 (PLS). The results of this study for the first variable, namely shop atmosphere is a coefficient of 0.134 and the results of the t-statistic test show tcount 1.093 <ttable 1.994 and a significant value of 0.275 > 0.05. So that it can be concluded that the atmosphere of the store has no significant effect or in other words H1 is rejected. For the second variable, the discount price shows a coefficient of 0.306 and the statistical t-test shows the value of tcount 2.834 > tabel 1.994 and a significant value of 0.005 <0.05 so that the discount price has a significant effect on unplanned purchases or in other words H2 be accepted. For the third variable, namely sales promotion shows sales promotion has a significant effect on unplanned purchases or in other words H3 is accepted. This is indicated by the coefficient of 0.370 and the statistical t-test shows the value of tcount 3.427 > t table 1.994 and a significant value of 0.001 <0.05.

Keywords: Store Atmosphere, Discount Prices, Sales Promotion, Unplanned Purchases

Pengaruh Suasana Toko, Harga Diskon, dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Giant Ciledug Tangerang Selatan)

Oleh Muhammad Shidiq Prabowo

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh suasana toko, harga diskon dan promosi penjualan terhadap pembelian tidak terencana studi kasus pada Giant Ciledug Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan populasi pengunjung yang berbelanja di Giant Ciledug Tangerang Selatan dengan sampel sebanyak 75 responden dan teknik penyebaran kuesioner untuk mendapatkan jawaban responden. Alat analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah Partial Least Square 3.0 (PLS). Hasil dari penelitian ini untuk variabel pertama yaitu suasana toko adalah nilai koefisien sebesar 0,134 dan hasil uji t-statistik menunjukkan thitung $1,093 < t_{tabel} 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,275 > 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa suasana toko berpengaruh tidak signifikan atau dengan kata lain H1 ditolak. Untuk variabel kedua yaitu harga diskon menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,306 dan uji t-statistik menunjukkan nilai thitung $2,834 > t_{tabel} 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa harga diskon berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana atau dengan kata lain H2 diterima. Untuk variabel ketiga yaitu promosi penjualan menunjukkan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana atau dengan kata lain H3 diterima. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien 0,370 dan uji t-statistik menunjukkan nilai thitung $3,427 > t_{tabel} 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$.

Kata kunci: Suasana Toko, Harga Diskon, Promosi Penjualan, Pembelian Tidak Terencana