

Pengaruh Promosi Penjualan dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana Pada LotteMart Bogor

Oleh Warga Rw.07 Kel.Waru Kec.Parung

Oleh

Ayu Damayanti

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dan besarnya kontribusi variabel promosi penjualan dan suasana toko terhadap pembelian tidak terencana pada LotteMart Bogor oleh warga Rw.07 Kel. Waru Kec. Parung. Dalam penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan 50 responden di kawasan Rw. 07 Metro Parung. Teknik penentuan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) dan diperoleh hasil penelitian promosi penjualan memberikan hasil positif dan signifikan berpengaruh terhadap pembelian tidak terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar 1,0066. Penelitian suasana toko memberikan hasil tidak signifikan terhadap pembelian tidak terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,0286 dan kontribusi besar yaitu melalui indikator musik dan pencahayaan.

Kata Kunci : Promosi penjualan, Suasana toko, Pembelian tidak terencana

Influence Of Sales Promotion and Store Atmosphereto The Impulse Buying At Lottemart Bogor By Rw.07 Kel.Waru Kec.Parung

By

Ayu Damayanti

Abstract

This study was conducted to examine the influence and magnitude of the contribution of sales promotion variables and store atmosphere to impulse buying at LotteMart Bogor by residents Rw.07 Kel. Waru Kec. Parung. In this study population and sample used 50 respondents in area Rw. 07 Metro Parung. Sampling technique using non probability sampling with purposive sampling technique. Analytical technique used is Partial Least Square (PLS) and obtained the results of sales promotion research gives positive results and significant effect on unplanned purchases with the coefficient of lane value of 1.0066. Store atmosphere research gives insignificant results on impulse buying with coefficient values of -0.0286 lanes and a large contribution that is through indicators of music and lighting.

Keywords: Sales promotion, Store atmosphere, Impulse buying