

Pengaruh Suasana Toko, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap pembelian Tidak Terencana Pada Pengunjung Giant Margo City Mall

Oleh

Ramanda

Abstrak

Penelitian ini adalah kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko, promosi penjualan, dan gaya hidup berbelanja terhadap pembelian Tidak Terencana Pada pengunjung Giant Margo City Mall. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Masyarakat yang pernah melakukan pembelanjaan di Ginat Margo City Mall. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) suasana toko berpengaruh tidak signifikan terhadap pembelian tidak terencana sebesar 0,148. (2) promosi penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap pembelian tidak terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,242. (3) gaya hidup berbelanja berpengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana dengan nilai koefisien sebesar 0,516.

Kata Kunci: Periklanan, Suasana Toko, Promosi Penjualan, Gaya hidup Berbelanja dan Pembelian Tidak Terencana

Pengaruh Suasana Toko, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap pembelian Tidak Terencana Pada Pengunjung Giant Margo City Mall

Oleh

Ramanda

Abstract

This research is quantitative which aims to know the influence of store atmosphere, sales promotion, and shopping lifestyle to purchase Unplanned On visitors Giant Margo City Mall. The population used in this study is the people who have made purchases at Ginat Margo City Mall. The sample size was taken as many as 60 respondents. The technique of determining the sample using purposive sampling method. The analysis technique used is Partial Least Square. The results of this study show that (1) the store atmosphere has no significant effect on unplanned purchases of 0.148. (2) sales promotion has no significant effect on unplanned purchases with coefficient value of 0,242. (3) a significant updating lifestyle lifestyle for unplanned purchases with a coefficient value of 0.516.

Keywords: Advertising, Store Atmosphere, Sales Promotions, Lifestyle Shopping and Unplanned Purchases