

INFUENCE PERSONAL SELLING AND STORE ATMOSPHERE ON IMPULSE BUYING INDOMARET PAMULANG

By

Alpi Gusti Anggraeny

Abstarct

The quantitative research aims to know: (1) the influence of personal selling on unplanned purchases (2) the influence of the store's atmosphere on unplanned purchases. Population used in this research is Indomaret Pamulang customer. With the sample size taken as many as 60 respondents, with the method of non probability sampling. The technique of determining the sample using purposive sampling method. Namely sampling techniques that do not provide opportunities or equal opportunity for each element or member of the population to be selected to be a sample because it only fits on the basis of criteria that have been determined by researchers. The analysis technique used is Partial Least Square. The results of this study show that (1) personal selling has significant influence on Unplanned Buying with coefficient value of 0.702 and significance value of $0.000 < 0,05$ (2) store atmosphere has influence and insignificant to Unplanned Buying with coefficient value of path of 0.183 with a significance value of $0.124 > 0.05$

Keywords: Personal selling, Store Atmosphere, Impulse Buying

PENGARUH *PERSONAL SELLING* DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA INDOMARET PAMULANG

Oleh

Alpi Gusti Anggraeny

Abtrak

Adapun penelitian kuantitatif ini yang bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh *personal selling* terhadap pembelian tidak terencana (2) pengaruh atmosfer toko terhadap pembelian tidak terencana. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan Indomaret Pamulang. Dengan ukuran sampel yang di ambil sebanyak 60 responden, dengan metode *non probability sampling*. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel karena hanya sesuai berdasarkan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Teknik analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *personal selling* memiliki pengaruh signifikan terhadap Pembelian Tidak Terencana dengan nilai koefisien jalur 0,702 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (2) atmosfer toko memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Pembelian Tidak Terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,183 dengan nilai signifikansi sebesar $0,124 > 0,05$.

Kata Kunci: *Personal selling*, Atmofer Toko, Pembelian Tidak Terencana