

Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana Pada Konsumen Sogo Pondok Indah Mall

Oleh

Annisa Kartika Sari

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atmosfer toko dan promosi penjualan terhadap pembelian tidak terencana. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan 60 orang yang pernah mengunjungi Sogo Pondok Indah Mall, teknik penentuan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan *Partial least square*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) atmosfer toko memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap pembelian tidak terencana dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,066 (2) promosi penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian tidak terencana dengan nilai koefisien jalur 0,590.

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

The Effect Of Store Athmosphere And Sales Promotion on Impulse Buying in consumer Of Sogo Pondok Indah Mall

By

Annisa Kartika Sari

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of Store Athmospheric and Sales promotion on Impulse Buying. Population in this consumer who consumer who have visited sogo pondok indah mall research is residents Rw.04 Pisangan. The sample size was taken as many as 60 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) store athmosphere no significant influence on impulse buying with the coefficient value of -0.066. (2).sales promotion has a significant influence on impulse buying with the coefficient value of 0,590.

Keywords: Store Athmosphere, sales promotion, impulse buying,