

ANALYSIS OF STORE ATMOSPHERE, PRICE DISCOUNT AND DISPLAY PRODUCT ON IMPULSE BUYING

By Nadia Safitri

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine the effect of the atmosphere of the store, price discounts and product arrangement on impulsive purchases. The population in this study are consumers who have shopped at the Ramayana Department Store in the Jakarta area. Sample size was taken as many as 75 respondents, with non-probability sampling methods especially purposive sampling. Data collection in this study was carried out through questionnaires. The analysis technique used is the PLS (Partial Least Square) analysis method with SmartPLS software version 3.0. The results of this study indicate that (1) store atmosphere does not affect impulsive purchases with a path coefficient of 0.067. (2) the price discount significantly influences impulsive purchases with a path coefficient of 0.417. (3) product structuring significantly influences impulsive purchases with a path coefficient of 0.482.

Keywords: Store Atmosphere, Price Discount, Display Product, Impulse Buying

ANALISIS SUASANA TOKO, POTONGAN HARGA DAN PENATAAN PRODUK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF

Oleh Nadia Safitri

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suasana toko, potongan harga dan penataan produk terhadap pembelian impulsif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Ramayana Department Store di wilayah Jakarta. Ukuran Sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang dipakai adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software SmartPLS* versi 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) suasana toko tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,067. (2) potongan harga berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,417. (3) penataan produk berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,482.

Kata kunci: Suasana Toko, Potongan Harga, Penataan Produk, Pembelian Impulsif