

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh *Atmosphere* Toko, *Sales Promotion* Dan *Impulse Buying* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Golden Swalayan Tulungagung" ini ditulis oleh Khonita Kurniatie, Nim 12405193359, dengan pembimbing Siswahyudianto, M.M.

Penelitian ini dilakukan karena Golden Swalayan Tulungagung, yang merupakan salah satu bisnis ritel dan pusat perbelanjaan modern terbesar di Kabupaten Tulungagung, perlu menjaga pelanggan mereka. Untuk mencapai hal tersebut, Golden Swalayan Tulungagung perlu menyediakan fasilitas yang baik, menawarkan harga yang terjangkau, dan melakukan promosi yang tepat guna mendukung keputusan pembelian konsumen. Penulis tertarik untuk melanjutkan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui apakah atmosfer toko, promosi penjualan, dan pembelian impuls berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Golden Swalayan Tulungagung.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah ada pengaruh *Atmosphere* Toko, *Sales Promotion* dan *Impulse Buying* terhadap Keputusan Pembelian pada Golden Swalayan Tulungagung? (2) Apakah ada pengaruh *Atmosphere* Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Golden Swalayan Tulungagung? (3) Apakah ada pengaruh *Sales Promotion* terhadap Keputusan Pembelian pada Golden Swalayan Tulungagung? (4) Apakah ada pengaruh *Impulse Buying* terhadap Keputusan Pembelian pada Golden Swalayan Tulungagung? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Atmosphere* Toko, *Sales Promotion* dan *Impulse Buying* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Golden Swalayan Tulungagung.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling. Sampel terdiri dari 100 responden yang merupakan konsumen dari Golden Swalayan Tulungagung. Untuk menganalisis data, digunakan teknik uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) secara simultan ada pengaruh simultan dan signifikan variabel *Atmosphere* Toko, *Sales Promotion*, dan *Impulse Buying* terhadap Keputusan Pembelian Pada Golden Swalayan Tulungagung. (2) variabel *Atmosphere* Toko secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Golden Swalayan Tulungagung. (3) variabel *Sales Promotion* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Golden Swalayan Tulungagung. (4) variabel *Impulse Buying* secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Golden Swalayan Tulungagung.

Kata Kunci: *Atmosphere* Toko, *Sales Promotion*, *Impulse Buying*, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The thesis titled "The Influence of Store Atmosphere, Sales Promotion, and Impulse Buying on Purchase Decision at Golden Swalayan Tulungagung" is written by Khonita Kurniatie, student ID 12405193359, under the guidance of Siswahyudianto, M.M.

This research is motivated by the fact that Golden Swalayan Tulungagung is one of the largest retail businesses and modern shopping centers in Tulungagung Regency. To retain their customers, Golden Swalayan Tulungagung needs to provide good facilities, offer affordable prices, and implement appropriate promotions to support consumer purchasing decisions. The author is interested in following up on this issue with the aim of determining whether Store Atmosphere, Sales Promotion, and Impulse Buying have an impact on Purchase Decisions at Golden Swalayan Tulungagung.

The research questions in this study are: (1) Does Store Atmosphere, Sales Promotion, and Impulse Buying have an influence on the Purchase Decision at Golden Swalayan Tulungagung? (2) Does Store Atmosphere have an influence on the Purchase Decision at Golden Swalayan Tulungagung? (3) Does Sales Promotion have an influence on the Purchase Decision at Golden Swalayan Tulungagung? (4) Does Impulse Buying have an influence on the Purchase Decision at Golden Swalayan Tulungagung? The objective of this study is to analyze the influence of Store Atmosphere, Sales Promotion, and Impulse Buying on the Purchase Decision at Golden Swalayan Tulungagung.

This study adopts a quantitative approach. The sampling technique employed is non-probability sampling. The sample consists of 100 respondents who are customers of Golden Swalayan Tulungagung. The data analysis technique involves testing the data instrument, testing classical assumptions, conducting multiple linear regression analysis, and hypothesis testing.

The results of this study indicate that (1) there is a simultaneous and significant influence of Store Atmosphere, Sales Promotion, and Impulse Buying on the Purchase Decision at Golden Swalayan Tulungagung. (2) Store Atmosphere partially does not have a positive and significant influence on the purchase decision at Golden Swalayan Tulungagung. (3) Sales Promotion partially has a positive and significant influence on the purchase decision at Golden Swalayan Tulungagung. (4) Impulse Buying partially does not have a positive and significant influence on the purchase decision at Golden Swalayan Tulungagung.

Keywords: *Store Atmosphere, Sales Promotion, Impulse Buying, Purchase Decision.*