

**PENGARUH *DISPLAY PRODUCT* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN
(Studi Pada Toko Mandiri Gresik)**

SKRIPSI



OLEH :

RINI PURWATI
NPM. 21042010211

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *DISPLAY PRODUCT* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN
(Studi Pada Toko Mandiri Gresik)**

Disusun Oleh :

RINI PURWATI
NPM. 21042010211

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing Utama**


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

**Mengetahui,
DEKAN**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *DISPLAY PRODUCT* DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN
(Studi Pada Toko Mandiri Gresik)**

Disusun Oleh :

RINI PURWATI
NPM. 21042010211

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 08 Mei 2025

Pembimbing Utama


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

Tim Penguji

1. Ketua


Dr. Nurhadi, M.Si.
NIP. 196902011994031001

2. Sekretaris


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP 197011012021211004

3. Anggota


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

Mengetahui,
DEKAN


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rini Purwati
NPM : 21042010211
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 9 April 2025
Yang membuat pernyataan



D1AMX247596310
Rini Purwati
NPM 21042010211

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Display Product* dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen (Studi Pada Toko Mandiri Gresik)”**. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu dari syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sumainah Fauziah, S.A.B., M.A.B. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, bantuan, motivasi, dorongan, perhatian serta bersedia meluangkan waktunya untuk penulis hingga terselesaikannya penyusunan skripsi.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, saran, motivasi, dan doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A.. selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama perkuliahan.

4. Untuk kedua orang tua penulis Ayah dan Mama serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dorongan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi.
5. Untuk seseorang pemilik NIM 210106110101 prodi MPI yang tak kalah penting kehadirannya, yang tidak bisa penulis sebutkan namanya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini baik tenaga,waktu,maupun materi kepada penulis.
6. Untuk teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2021, terimakasih telah memberikan dukungan dan semangat untuk penyelesaian skripsi ini.

Surabaya, 08 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESHAAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	46
2.1 Penelitian Terdahulu	46
2.2 Landasan Teori	52
2.2.1 Pemasaran	52
2.2.2 <i>Display product</i>	57
2.2.3 <i>Store atmosphere</i>	63
2.2.4 <i>Impulse buying</i>	73
2.3 Kerangka Berpikir	78
2.4 Model Hipotesis	79
2.5 Hubungan Antar Variabel	79
2.5.1 Hubungan Display Produk Terhadap <i>Impulse buying</i>	79
2.5.2 Hubungan <i>Store atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse buying</i>	80
BAB III METODE PENELITIAN	81
3.1 Jenis Penelitian	81
3.2 Lokasi Penelitian	82

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	83
3.3.1 Definisi Operasional.....	83
3.3.2 Pengukuran Variabel	89
3.4 Populasi dan Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	89
3.4.1 Populasi.....	89
3.4.2 Sampel.....	90
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	91
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	92
3.5.1 Sumber Data.....	92
3.5.2 Jenis Data.....	92
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	93
3.6 Teknik Analisis Pengujian Kuesioner.....	93
3.6.1 Uji Validitas.....	93
3.6.2 Uji Reliabilitas	94
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	95
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	96
3.6.5 Uji Hipotesis	97
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	102
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	102
4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian.....	103
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	103
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	106
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	114
4.3.1 Uji Validitas.....	114
4.3.2 Uji Reliabilitas	115
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	116
4.4.1 Uji Normalitas.....	116
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	118
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	119

4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	120
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	121
4.7.1 Uji F (Simultan)	121
4.7.2 Uji t (Parsial).....	123
4.7 Pembahasan.....	127
4.7.1 Pengaruh Display product Terhadap Impulse buying	127
4.7.2 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse buying</i>	128
4.7.3 Pengaruh Secara Simultan <i>Display product</i> dan <i>Store atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse buying</i>	129
BAB V PENUTUP.....	131
5.1 Kesimpulan	131
5.2 Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN.....	138

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Item.....	86
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert	89
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	101
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	103
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden	104
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Responden	105
Tabel 4. 4 Karakteristik Domisili Responden	105
Tabel 4. 5 Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian	107
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel <i>Display product</i> (X1)	108
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel <i>Store atmosphere</i> (X2)	110
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel <i>Impulse buying</i> (Y).....	113
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	115
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	116
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	117
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	118
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	120
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan).....	122
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Parsial)	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Ritel Di Indonesia tahun 2024.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	78
Gambar 2. 1 Model Hipotesis.....	79
Gambar 3. 1 Kurva Uji Simultan (Uji F)	99
Gambar 3. 2 kurva Uji Parsial (Uji T).....	100
Gambar 4. 1 Logo Toko Mandiri	102
Gambar 4. 2 Transaksi Pembelian Responden.....	106
Gambar 4. 3 Grafik P Plot.....	117
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	119
Gambar 4. 5 Grafik Uji F (Simultan).....	123
Gambar 4. 6 Grafik Uji t Variabel X1.....	125
Gambar 4. 7 Grafik Uji t Variabel X2.....	126

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	138
Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	143
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Display product (X1).....	147
Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Store atmosphere (X2)	150
Lampiran 5. Tabulasi Jawaban Variabel Impulse buying (Y)	153
Lampiran 6. Deskriptif Variabel.....	156
Lampiran 7. Uji Validitas	163
Lampiran 8. Uji Reliabilitas.....	167
Lampiran 9. Uji Asumsi Klasik.....	168
Lampiran 10. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	169
Lampiran 11. Uji F (Simultan).....	169
Lampiran 12. Uji t (Parsial)	170
Lampiran 13. Hasil Plagiasi Turnitin	171
Lampiran 14. Lembar LOA.....	172

ABSTRAK

RINI PURWATI, 21042010211, PENGARUH *DISPLAY PRODUCT* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN (STUDI PADA TOKO MANDIRI GRESIK)

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya menyebabkan persaingan yang semakin ketat antar industri bisnis khususnya di bidang ritel. Kondisi tersebut menuntut masyarakat untuk selalu memperhatikan perubahan yang ada dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Toko Mandiri Gresik merupakan salah satu toko ritel telah menjadi salah satu destinasi utama masyarakat setempat untuk memenuhi berbagai kebutuhan, baik pribadi maupun keluarga. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *display product* dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying* pada konsumen Toko Mandiri Gresik. Populasi pada penelitian ini adalah pernah melakukan pembelian di Toko Mandiri Gresik minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir, berusia minimal 17 tahun, dan berdomisili di Gresik. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 90 responden dengan menggunakan metode pengambilan sampel *non probability sampling* serta teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data yang diuji dengan SPSS versi 25. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa *display product* berpengaruh terhadap *impulse buying*, *store atmosphere* berpengaruh terhadap *impulse buying*, dan *display product* dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci : *display product*, *store atmosphere*, dan *impulse buying*

ABSTRACT

***RINI PURWATI, 21042010211, THE INFLUENCE OF PRODUCT DISPLAY
AND STORE ATMOSPHERE ON IMPULSE BUYING IN CONSUMERS
(STUDY AT MANDIRI GRESIK STORE)***

The development of business in Indonesia is increasing every year, leading to tighter competition among industries, particularly in the retail sector. This situation demands that consumers pay close attention to changes in meeting their daily needs. Toko Mandiri Gresik has become a primary destination for the local community to fulfill various personal and family needs. This research aims to determine the impact of product display and store atmosphere on impulse buying among consumers at Toko Mandiri Gresik. The population for this study consists of individuals who have made purchases at Toko Mandiri Gresik at least twice in the last three months, are at least 17 years old, and live in Gresik. The study uses a sample of 90 respondents selected through non-probability sampling methods, specifically purposive sampling. Multiple linear regression analysis is employed to analyze the data using SPSS version 25. The results indicate that product display influences impulse buying, store atmosphere affects impulse buying, and both product display and store atmosphere significantly impact impulse buying.

Keywords : *display product, store atmosphere, dan impulse buying*