

SKRIPSI

**PENGARUH *ATMOSFER TOKO*, *PRICE DISCOUNT* DAN *SALES PERSON* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODUK HP OPPO
DI HUSIN PONSEL KABUPATEN ROKAN HULU**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan Skripsi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pangaraian*



OLEH:

MAYA ENDRIANI

NIM : 1825039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PANGARAIAN
TAHUN 2022**

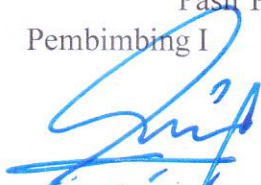
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : Maya Endriani
NIM : 1825039
JUDUL PENELITIAN : Pengaruh *Atmosfer Toko, Price Discount Dan Sales Person* Terhadap *Impluse Buying* Produk Hp Oppo di Husin Ponsel Kabupaten Rokan Hulu

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Selasa, 19 Juli 2022 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 27 Desember 2022

Pembimbing I



Andi Afrizal, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN. 1014118301

Pembimbing II



Sherliyana Anggraini, SE., M.Si
NIDN. 1028069201

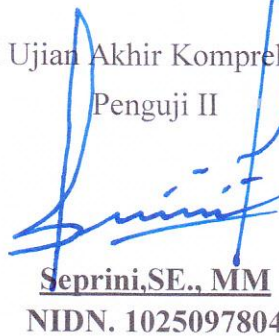
Penguji Ujian Akhir Komprehensif

Penguji I



Yulfira Aini, SE., MM
NIDN. 1024097802

Penguji II





Seprini, SE., MM
NIDN. 1025097804

Penguji III



Hidayat, SE., MM. CPHCM
NIDN. 1027058603

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



Arrafiqur Rahman, SE., MM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Maya Endriani

Nomor Mahasiswa : 1825039

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Atmosfer Toko, Price Discount, dan Sales Person Terhadap Impulse Buying Produk Hp Oppo di Husin Ponsel Kabupaten Rokan Hulu

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 25 juni ,2022

Yang Membuat Pernyataan



(Maya Endriani)

ABSTRAK

Maya Endriani, Nim.1825039,2022 Pengaruh *Atmosfer Toko, Price Discount, dan Sales Person Terhadap Impulse Buying Produk Hp Oppo di Husin Ponsel Kabupaten Rokan Hulu.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh *Atmosfer Toko* terhadap *Impulse Buying* Produk Hp Oppo di Husin Ponsel Kabupaten Rokan Hulu. (2) Pengaruh *Price Discount* terhadap *Impulse Buying* Produk Hp Oppo di Husin Ponsel Kabupaten Rokan Hulu.(3) Pengaruh *Sales Person* terhadap *Impulse Buying* Produk Hp Oppo di Kabupaten Rokan Hulu.(4) Pengaruh *Atmosfer Toko, Price Discount, dan Sales Person* secara silmutan terhadap *Impulse Buying* Produk Hp Oppo di Husin Ponsel Kabupaten Rokan Hulu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dan masyakat atau konsumen. Pengambilan sampel menggunakan rumus Isaac dan Miichael dengan jumlah responden 232 orang . Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan SPSS. Hasil penelitian membuktikan bahwa.(1) *Atmosfer Toko* berpengaruh positif terhadap *Impulse Buying* sebagai variabel mediasi.(2) *Price Discount* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* sebagai variabel mediasi.(3) *Sales Person* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci : *Atmosfer Toko, Price Discount, Sales Person,Impulse Buying*

KATA PENGANTAR

Pertama- tama penulis mengucapkan Syukur dan terima kasi kepada Allah SWT, yang telah memberikan anugerah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penulisan menyadari bahwa skripsi ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari banyak pihak. Beberapa diantara mereka adalah :

1. Dr Hardianto, M.Pd, Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.
2. Arafiqurrahman,SE., MM Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Purwanto, SE., M.Si Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Andi Afrizal,SE.,M.Si.AK.CA sebagai pembimbing I, yang telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Sherliyana Anggraini,SE.,M.si sebagai pembimbing II, yang juga telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Responden, yang dengan sabar hati menjawab segala pertanyaan penulis selama melakukan riset.
7. Kedua orang tua saya bapak Suhebi dan ibu Nani Sumarni yang selalu mendoakan saya
8. Abg dan kakak saya Asep Suherman,Ika Tri Purnama, Didi Alfian, Tia Ariska Hayati yang telah memberi suport kepada saya

9. Teman –teman saya luluk lestari, ira antika, hotmaida, mitaria, ida royani, meri eliza, tri lestari yang selalu membantu saya
10. Semua pihak yang tak mungkin penulis sebut satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.

Tentu saja, penulis mengucapkan terimakasih yang setulus hati kepada mereka. Penulis juga menyampaikan rasa terimakasih kepada keluarga penulis dan juga kepada seluruh rekan-rekan se-angkatan yang ikut mendukung penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pemerintah, peneliti lain dan pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen.

Pasir Pangaraian, 20 juni 2022

Maya Endriani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Atmosphere Toko	15
a. Definisi Atmosphere Toko	15
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Store Atmosphere	16
c. Indikator Store Atmosphere	18

2.1.2 Price Discount	19
a. Definisi Price Discount.....	19
b. Indikator Price Discount.....	20
c. Tujuan Price Discount	20
2.1.3 Sales Person.....	21
a. Definisi Sales Person.....	21
b. Indikator Personal Selling	22
2.1.4 Impulse Buying	23
a. Definisi Impulse Buying.....	23
b. Indikator Impulse Buying.....	24
c. Faktor-faktor Impulse Buying	25
d. Elemen-elemen Impulse Buying	26
2.1.6 Penelitian Sebelumnya	28
2.2 Kerangka Konseptual	30
2.3 Hipotesis.....	33
BAB 111 METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Teknik Pengambilan Data	36
3.5 Definisi Oprasional	37
3.6 Instrumen Penelitian.....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Singkat Objek Penelitian	46
4.1.2 Struktur Organisasi	47
4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab	48
4.2 Karakteristik Umum Responden	48
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.3 Analisis Data Penelitian	52
4.3.1 Uji Instrumen.....	52
4.3.1.1. Uji Validitas	52
4.3.1.2. Uji Reabilitas.....	54
4.3 Analisis Deskriptif Data.....	55
4.4 Uji Asumsi Klasik	63
4.4.1 Uji Normalitas	63
4.4.2 Uji Multikolinieritas	64
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	65
4.5 Metode Regresi Linier Berganda	65
4.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.7 Uji Hipotesis.....	67
4.7.1 Uji Parsial (Uji T).....	67

4.7.2 Uji Model (Uji F)	69
4.7.3 Hasil Pembahasan dengan Landasan Teori	69
4.7.4 Hasil Pembahasan Dengan Penelitian Sebelumnya	71

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Store Atmosphere Toko/ Atmosfer Toko.....	4
Tabel 1.2 Price Discount.....	6
Tabel 1.3 Sales Person	8
Tabel 1.4 Data penjualan.....	9
Tabel 1.5 Data Karyawan.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Oprasional Variabel X dan Y.....	37
Tabel 3.2 Skor Pernyataan	41
Tabel 3.3 Klasifikasi Tingkat Capaian/ Kesesuaian Responden.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji Reabilitas	55
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Atmosfer (X1)	55
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Price Discount (X2)	58
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Sales Person (X3).....	60
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Impulse Buying (Y)	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser	65
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik.....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	47