



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *STORE*  
*ATMOSPHERE* DAN *SHOPPING EMOTION*  
TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
STUDI PADA PELANGGAN DISTRO NR STORE  
KUDUS**

Diajukan oleh:

**M. HAUNUL WIJDAN**

201811439

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2024**



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *STORE*  
*ATMOSPHERE* DAN *SHOPPING EMOTION*  
TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
STUDI PADA PELANGGAN DISTRO NR STORE  
KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Jenjang  
Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh:

**M. HAUNUL WIJDAN**

201811439

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2024**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *STORE ATMOSPHERE* DAN  
*SHOPPING EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
STUDI PADA PELANGGAN DISTRO NR STORE KUDUS**

Nama : M. Haunul Wijdan  
NIM : 201811439  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal 22 Februari 2024


Pembimbing I

  
**Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M.**  
NIDN. 0620117103

Pembimbing II

  
**Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.**  
NIDN. 0628048702

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

  
**Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.**  
NIDN. 0024037701

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *STORE ATMOSPHERE* DAN  
*SHOPPING EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
STUDI PADA PELANGGAN DISTRO NR STORE KUDUS**

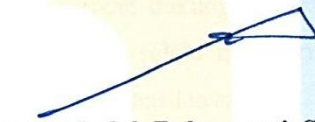
Nama : M. Haunul Wijdan  
NIM : 201811439  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, *23 Februari 2024*

Mengetahui

Ketua Program Studi



**Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.**  
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



**Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M.**  
NIDN. 0620117103

Mengetahui

Dekan



**Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.**  
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



**Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.**  
NIDN. 0628048702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

”Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat sangat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

**(Qs. Al-Baqarah:216)**

“Yakinlah ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran yang kau jalani yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa pedihnya rasa sakit”

**(Ali bin Abi Thalib)**

### **Persembahan:**

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun materi. Tidak lupa saudara serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendoakan tiada hentinya untuk keberhasilan saya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-nya yang sangat besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *STORE ATMOSPHERE* DAN *SHOPPING EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* STUDI PADA PELANGGAN DISTRO NR STORE KUDUS**” Skripsi ini disusun oleh penulis guna melengkapi syarat untuk menyelesaikan program S1 Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Muria Kudus. Akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik setelah penulis melalui perjuangan panjang yang sangat melelahkan. Dalam menyelesaikan skripsi ini ada pihak di belakang penulis yang senantiasa memeberikan pengarahan, bantuan, bimbingan, dan semangat untuk tetap berjuang. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan arahan selama menempuh perkuliahan.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Dwi Soegiarto, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas bimbingan, petunjuk, waktu, nasehat, dan kesabaran yang telah diberikan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas bimbingan, petunjuk, waktu, nasehat, dan kesabaran yang telah diberikan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan bantuan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
7. Pemilik (*owner*) Distro NR Store Kudus yang telah memberikan ijin penelitian.
8. Keluarga besar tercinta yang selalu mendukungku dan memberikan semangat semuanya saudara-saudara tersayang yang telah memberikan dukungan yang tiada terkira.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh lebih sempurna karena keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena penulis mengharapkan saran dan kritik untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Kudus, 4 Juli 2023



M. Haunul Wijdan  
201811439

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, *STORE ATMOSPHERE* DAN  
*SHOPPING EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
STUDI PADA PELANGGAN DISTRO NR STORE KUDUS**

M. Haunul Wijdan  
201811439

Dosen Pembimbing: 1. Dr. Dwi Soegiarto, SE, MM.  
2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh promosi penjualan, *store atmosphere* dan *shopping emotion* terhadap *impulse buying*. Data penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Metode penentuan sampel menggunakan rumus *Roscoe*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini secara parsial menyatakan bahwa promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*, *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* dan *shopping emotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Hasil penelitian secara simultan menyatakan bahwa promosi penjualan, *store atmosphere* dan *shopping emotion* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

**Kata Kunci:** Promosi Penjualan, *Store Atmosphere*, *Shopping Emotion* dan *Impulse Buying*



***THE EFFECT OF SALES PROMOTION, STORE ATMOSPHERE AND  
SHOPPING EMOTION ON IMPULSE BUYING  
STUDI AT CONSUMER DISTRO NR STORE KUDUS***

M. HAUNUL WIJDAN  
201811439

*Advisor:* 1. Dr. Dwi Soegiarto, SE, MM.  
2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF  
MANAGEMENT

***ABSTRACT***

*This study aims to analyse effect of sales promotion, store atmosphere and shopping emotion on impulse buying. The data in this study are primary data obtained from quesioner. Based on sampel to Roscoe and the sumple used 100 respondents. Method in this study with multiple regression analyze. The result this research partially that sales promotion have no effect on impulse buying, store atmosphere have positive an significant effect on impulse buying and shopping emotion have positive and significant effect on impulse buying. The result this research simultanly that sales promotion, store atmosphere and shopping emotion have positive and significant effect simultanly on impulse buying.*

***Keywords: Sales Promotion, Store Atmosphere, Shopping Emotion and Impulse Buying***

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2 <i>Impulse Buying</i> .....	11
2.1.3 Promosi Penjualan .....	14
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i> .....	15
2.1.5 <i>Shopping Emotion</i> .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	23
2.4 Pengaruh Antar Variabel.....	24
2.5 Hipotesis .....	27

	Halaman
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	28
3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4 Populasi dan Sampel.....	32
3.5 Pengumpulan Data.....	33
3.6 Pengolahan Data.....	33
3.7 Instrumen Penelitian.....	34
3.8 Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
4.2 Karakteristik Responden.....	74
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	77
4.4 Hasil Analisis Data.....	81
4.5 Pembahasan.....	94
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	109
<b>LAMPIRAN</b> .....	.....

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Distro NR Store Kudus.....	3
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Umur.....	74
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	75
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	75
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian .....	76
Tabel 4.5 Dekripsi Promosi Penjualan.....	77
Tabel 4.6 Deskripsi <i>Store Atmosphere</i> .....	78
Tabel 4.7 Deskripsi <i>Shopping Emotion</i> .....	79
Tabel 4.8 Deskripsi <i>Impulse Buying</i> .....	80
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas.....	81
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	82
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Normalitas .....	82
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	84
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Heterokedastisitas .....	86
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi .....	88
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Simultan.....	89
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Parsial .....	90

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	23



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 2 Tabulasi .....	120
Lampiran 3 Output Frekuensi .....	155
Lampiran 4 Output SPSS .....	167

