

**PENGARUH BONUS PACK, SHOPPING LIFESTYLE DAN
STORE ATMOSPHERE TERHADAP *IMPULSE BUYING*
KONSUMEN MATAHARI SOLO GRANDMALL**



SKRIPSI

NOVIA ULFA RANTELINA
NIM : C0117080

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA**

2023

**PENGARUH BONUS PACK, SHOPPING LIFESTYLE DAN
STORE ATMOSPHERE TERHADAP *IMPULSE BUYING*
KONSUMEN MATAHARI SOLO GRANDMALL**



SKRIPSI

**Disusun dan Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Meraih Gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan
Surakarta**

Disusun Oleh :

NOVIA ULFA RANTELINA

C0117080

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA**

2023

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : Novia Ulfa Rantelina
NIM : C0117080
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Fakultas Ekonomi dan Bisnis

1. Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : *Pengaruh Bonus Pack, Shopping Lifestyle dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying* Konsumen Matahari Solo Grandmall adalah karya saya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya orang lain dengan cara tidak sesuai tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut dengan plagiarisme.
2. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 7 Februari 2023

1000
METERAL TEMPEL
1BAKX235072023
it saya,


Novia Ulfa Rantelina

NIM: C0117080


PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Surakarta, 23 Januari 2023

Disetujui dan Diterima Baik

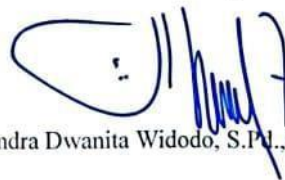
Untuk Dipertahankan

Pembimbing I



(Dr.Rini Adiyani, SE, SSos, MM)

Pembimbing II



(Zandra Dwanita Widodo, S.Pd.,S.E..M.M)

**PENGARUH BONUS PACK, SHOPPING LIFE STYLE DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN
MATAHARI SOLO GR, JAWA**

Oleh
NOVIA ULFA RIZKINIA
NIM: C0117080

Skripsi ini telah dipertahankan dan diterima dengan Baik
Sebagai Syarat Menerima (id:ir Srijana) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Jakarta, 10 Desember 2019
Tempat: Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

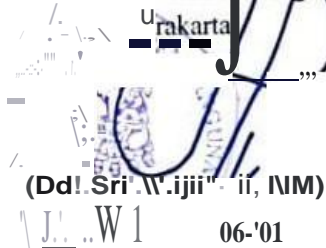
Dewan Penguji

- | | |
|------------------------------------|--------------|
| 1. Dm. Sri Wijastuti, NIM | (Ketua) |
| 2. Abdullah Zaibni, SE, S., M. | (Sekretaris) |
| 3. Dr. Rini Adiyani, SE, S.Sos, M. | (Anggota) |

Tanda Tangan



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan



(Dm. Sri Wijastuti, NIM)
10 Desember 2019

**(Dra. Sri Wijiastuti, MM) NIDN.
0608106401 MOTTO**

“Seberat apapun beban masalah yang kamu hadapi saat ini, percayalah bahwa semua itu tidak pernah melebihi batas kemampuan kamu.”

“Jangan pernah takut dengan perubahan. Kita mungkin akan kehilangan sesuatu yang baik, namun sebagai gantinya, sesuatu yang jauh lebih baik akan datang menjemput kita”

(Anonim)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta yang telah memberikan motivasi dalam hidupku
2. Saudara-saudaraku
3. Teman-teman Fakultas Ekonomi UTP
4. Almamater tercinta

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul : *PENGARUH BONUS PACK, SHOPPING LIFESTYLE DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN MATAHARI SOLO GRANDMALL.*

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Pada kesempatan ini penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terima kasih ini terutama penulis haturkan kepada :

1. Dr. Winarti, M.SI, selaku Rektor Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
2. Dra. Sri Wijastuti, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
3. Dr.Rini Adiyani, SE, SSos, MM selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan kepada penulis.
4. Zandra Dwanita Widodo, S.Pd.,S.E.,M.M. selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu penulis.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta, yang telah memberikan bekal ilmu serta pengetahuan kepada penulis.

6. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan motivasi buatku, selalu memberikan kasih sayangnya untukku.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun dengan segala keterbatasan tersebut penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Surakarta, 23 Januari 2023

Penulis

Novia Ulfa Rantelina

**PENGARUH BONUS PACK, SHOPPING LIFESTYLE DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN
MATAHARI SOLO GRANDMALL**

*The Effect of Bonus Pack, Shopping Lifestyle and Store Atmosphere on
Impulse Buying Consumers of Matahari Solo Grandmall*

Novia Ulfa Rantelina*, Rini Adiyani, dan Zandra Dwanita Widodo*****

*,**,***Universitas Tunas Pembangunan, Jl. Balekambang No.1, Manahan, Kec.
Banjarsari, Kota Surakarta, noviarante2@gmail.com

Abstract

Impulse buying can occur if the store has a good store atmosphere that can affect the emotional situation of consumers so that impulse purchases occur. Store atmosphere is usually used as a tool for the store as a marketing strategy to increase sales of products offered, advertising posters, product placement, music, aroma, cleanliness of the store, and the store environment are factors in the store that can affect shopping behavior in consumers. The purpose of this study is to analyze the bonus pack, shopping lifestyle, and store atmosphere to impulse buying consumers. This research method uses survey research. Data collection using questionnaires with likert scale, data analysis using multiple linear regression. The results of this study showed that the value of the constant 3.829 marked positive then impulse buying is positive, while the value of B1 is 0.337 means that if the bonus pack increases then impulse buying will also increase assuming variable shopping lifestyle and store atmosphere is considered fixed, while the value of B2 is 0.276 means that if shopping lifestyle, assuming variable bonus pack and shopping

lifestyle are considered fixed. The conclusion of this study is that the overall variables affect consumer impulse buying in Matahari

Solo Grandmall.

Keywords: Bonus pack, impulse buying, shopping lifestyle, store atmosphere.

Abstrak

Impulse buying dapat terjadi jika toko mempunyai store atmosphere yang baik yang dapat mempengaruhi situasi emosional konsumen sehingga terjadi pembelian impulsif. Store atmosphere biasanya dijadikan alat pihak toko sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan, poster iklan, penempatan produk, musik, aroma, kebersihan toko, dan lingkungan toko adalah faktor-faktor didalam toko yang dapat mempengaruhi perilaku belanja pada konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis bonus pack, shopping lifestyle, dan store atmosphere terhadap impulse buying konsumen di Matahari Solo Grandmall. Metode penelitian ini menggunakan penelitian survei. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert, analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai konstanta 3,829 bertanda positif maka impulse buying adalah positif, sedangkan nilai b1 yaitu 0,337 artinya apabila bonus pack meningkat maka impulse buying juga akan meningkat dengan asumsi variabel shopping lifestyle dan store atmosphere dianggap tetap, sedangkan nilai b2 yaitu 0,276 artinya apabila shopping lifestyle meningkat maka impulse buying akan meningkat, dengan asumsi variabel bonus pack dan store atmosphere dianggap tetap juga, sedangkan nilai b3 yaitu 0,436 artinya jika store atmosphere meningkat maka impulse buying akan meningkat, dengan asumsi variabel bonus pack dan shopping lifestyle dianggap konstan/tetap. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu keseluruhan variabel berpengaruh terhadap impulse buying konsumen di Matahari

Solo Grandmall.

Kata kunci: Atmosfer toko, gaya hidup, impulse buying, paket bonus

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	vxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	6
B. Kerangka Pemikiran	16
C. Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian	19
B. Variabel Penelitian.....	19
C. Definisi Operasional Variabel	19
D. Sumber Data	20
E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	21
F. Teknik Pengumpulan Data	22
G. Teknik Analisis Data	23
BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
A. Sejarah Berdirinya Solo Grandmall.....	29

B. Visi dan Misi Solo Grandmall	31
C. Operasional Solo Grand Mall	31
D. Matahari Department Solo Grand Mall	35
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden.....	40
B. Uji Instrumen Penelitian	42
C. Uji Asumsi Klasik	45
D. Pengujian Hipotesis	47
E. Pembahasan	52
BAB VI KESIMPULAN DAN KETERBATASAN	
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
IV.1. Jenis Kelamin Responden	40
IV.2. Usia Responden.....	41
IV.3. Tingkat Pendidikan Responden.....	41
IV.4. Pekerjaan Responden	42
IV.5. Hasil Uji Validitas Bonus Pack.	43
IV.6. Hasil Uji Validitas Shopping Lifestyle.....	43

IV.7. Hasil Uji Validitas Store Atmosphere	43
IV.8. Hasil Uji Validitas Impulse Buying	44
IV.9. Hasil Uji Reliabilitas	44
IV.10. Hasil Uji Normalitas.....	45
IV.11. Hasil Uji Multikolinearitas	46
IV.12. Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
IV.13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	48
IV.14. Hasil Uji t	50
IV.15. Hasil Uji Ketepatan Model.....	51
IV.16. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	51

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 2 : Hasil SPSS

