

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP EMOSI POSITIF PADA INDOMARET DI NIP NGORO
MOJOKERTO**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Oleh :
WINDA WIHELMI
NIM. 2014.69.10.0051

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN
2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EMOSI
POSITIF PADA INDOMARET DI NIP NGORO
MOJOKERTO**

Di Susun Oleh : **WINDA WIHELMI**

NIM : 2014.69.10.0051


Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

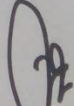
di depan penguji

Pasuruan, 06 Agustus 2018

Menyetujui.
Kepala Program Studi,


Nur Ajizah, S.Sos.M.AB.
NIP. Y. 069 15 02 001

Pembimbing,


Dr. Kholid Murtadlo, SE., ME
NIP. Y. 069.02.03.006

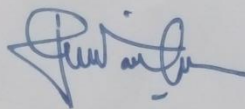
TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS ILMU
DAN SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN, PADA :

Hari : Senin
Tanggal : 06 Agustus 2018
Nama Mahasiswa : **WINDA WIHELMI**
NIM : 2014.69.10.0051
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : **PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EMOSI
POSITIF PADA INDOMARET DI NIP NGORO
MOJOKERTO**

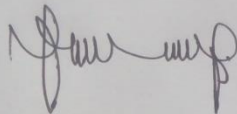
DINYATAKAN LULUS

Majelis Penguji
KETUA PENGUJI



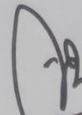
Nuraeni, S.Sos., M. AB
NIP. Y. 069.02.03.005

ANGGOTA



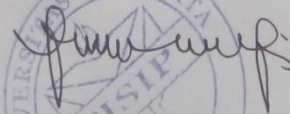
Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB
NIP. Y. 069 11 03 037

ANGGOTA



Dr. Kholid Murtadlo, SE., ME
NIP. Y. 069.02.03.006

MENGESAHKAN,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB
NIP. Y. 069 11 03 037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **WINDA WIHELMI**
NIM : 2014.69.10.0051
Jurusan : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa "**SKRIPSI**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Yudharta Pasuruan, yang berjudul:

PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EMOSI POSITIF PADA INDOMARET DI NIP NGORO MOJOKERTO

Adalah karya sendiri, bukan "**DUPLIKASI**" dari karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ada "**KLAIM**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing maupun pihak Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan, tetapi menjadi tanggung jawab kami sendiri.

Demikian pernyataan ini kami buat sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dari siapapun.

Pasuruan, 06 Agustus 2018
Yang membuat pernyataan,




WINDA WIHELMI

MOTTO

MANJADDA WA JADDA

Rajin, sabar, berdo'adantawakkal

PERSEBAHAN

1. Kepadamuya Allah yang telahmemberikukesabaranehinggadapatmenyelesaikantugasakhirini
2. Romo K.H. M. Sholeh Bahrudin Selaku Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah
3. Kedua ayah, ibu dan adikperempuan saya yang selalu memberikan dukungan do'a, semangat dan motivasi yang sangat berharga bagi saya
4. Mbak mbak dari kamar i 03 yang telah memberi dukungan do'a dan semangat yang tidak bisa disebutkan satu-persatu namanya.
5. Kawan-kawan Mahasiswa Administrasi Bisnis (angkatan 2014), terima kasih atas kebersamaan dan bantuan kalian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul

Skripsi adalah Mata kuliah semester akhir yang harus ditempuh oleh mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan. Skripsi ini disusun sebagai bukti hasil penelitian pada Indomaret NIP Ngoro Mojokerto

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Romo K.H. M. Sholeh Bahrudin Selaku Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah
2. Bapak Dr. Saifulloh, M.HI Selaku Rektor Universitas Yudharta
3. Kedua ayah, ibu dan adik perempuan saya yang selalu memberikan dukungan do'a, semangat dan motivasi yang sangat berharga bagi saya
4. Dr. H. Kholid Murtadlo, SE., ME, selaku Dosen pembimbing saya
5. Ibu Any Urwatul W. S.Sos, M.AB, selaku dekan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.
6. Ibu NurAzizah, S.Sos., M.AB selaku prodi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.
7. Mbak mbak dari kamar i 03 yang telah memberi dukungan do'a dan semangat yang tidak bisa disebutkan satu-persatu namanya.
8. Kawan-kawan Mahasiswa Administrasi Bisnis (angkatan 2014), terima kasih atas kebersamaan dan bantuan kalian.

Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu dalam tugas akhir ini, terima kasih atas bantuan dan motivasi serta pengetahuan yang kalian berikan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kesalahan, baik segi penyusunan, tata bahasa maupun data. Atas semua perhatian dari segala pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Pasuruan, 06 agustus 2018

Penulis

ABSTRAK

Winda Wihelmi. NIM : 201469100051. Program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. 03 agustus 2018. Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Promosi Penjualan Terhadap Emosi Positif Pada Indomaret NIP Ngoro Mojokerto. Pembimbing : Dr. H. Kholid Murtadlo, SE., ME.

Toko yang memiliki store *atmosfer* (suasana toko) yang nyaman dan promosi penjualan mampu membangkitkan emosi positif konsumen. Karena saat ini Indomaret tersebar diberbagai tempat, dengan lokasi yang berbeda-beda. Maka dari itu para pengusaha ritel berlomba untuk memberikan fasilitas kenyamanan pada konsumen yang bertujuan untuk mendapatkan konsumen/pembeli yang lebih banyak. Pelayanan yang baik sebagai bagian dari strategi pemasaran jasa yang memiliki peranan besar bagi keberhasilan perusahaan. Adanya pelayanan yang baik, akan menjadi motivasi tersendiri bagi para konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Masalah pokok dalam penelitian ini adalah apakah *store atmosphere*, emosi positif dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial dan simultan terhadap emosi positif. Pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* adalah pengambilan sampel secara *accidental* dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda dengan bantuan program SPSS 17.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable *store atmosphere* dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap emosi positif.

Kata Kunci: *store atmosphere*, promosi penjualan, emosi positif

ABSTRACT

Winda Wihelmi. NIM: 201469100051. Science courses of business administration Yudharta University of Pasuruan. August 03, 2018. The Influence Of Store Atmosphere And Positive Emotions Towards Sales Promotions On Indomaret NIP Ngoro Mojokerto. Supervisor: Dr. H. Kholid Murtadlo, SE., ME.

Stores that have a *store atmosphere* (atmosphere stores) are comfortable and sales promotions are able to evoke positive emotions consumers. Because the currently scattered in various place, Indomaret with different locations. Therefore the retail entrepreneurs compete to give consumers convenience facility that aims to get consumers/buyers. Good services as part of a marketing strategy service that has a large part to the success of the company. The existence of good service, will become its own motivation for consumers. After consumers were satisfied with the product or service received, consumers will compare the service given. They'll buy a birthday as well as giving recommendations to others to buy in the same place.

A major problem in this research is whether the *store atmosphere*, positive emotions and positive effect of sales promotion and significant both in simultaneous and partial towards positive emotions. Sampling sampling was accidental. the technique of accidental sampling is sampling in accidental by taking cases or respondents who happened to be there or available somewhere in accordance with the context of the research. The sample used in this study as many as 100 respondents. Data analysis technique used is Multiple regression analysis with the help of the program SPSS 17.0.

The results showed that a variable *store atmosphere* and sales promotions are positive and significant effect of either simultaneous or partially against the positive emotions.

Key words: *store atmosphere*, sales promotions, positive emotions

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN

SAMPUL DALAM

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KEASLIAN TULISAN	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	10
2.1 Tinjauan pustaka	11
2.2 Tinjauan teoritis	20
2.3 Hubungan antar variabel	32
2.4 Kerangka konseptual	35
2.5 Hipotesis	33
2.6 Model Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	33

3.1 Jenis penelitian	33
3.2 Lokasi penelitian	33
3.3 Variabel penelitian	34
3.4 Definisi operasional variabel	35
3.5 Instrument penelitian	37
3.6 Populasi, sample ,tehnik pengambilan sampel	38
3.7 Tehnik pengumpulan data	40
3.8 Kuisisioner, observasi	41
3.9 Sumber data	42
3.10 Uji validitas dan uji reabilitas	42
3.11 Metode analisis Data	45
3.12 Uji hipotesis	47
3.14 Pengujian Koefisien determinasi	48
BAB 1V HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran umum indomaret	49
4.2 Gambaran umum responden	50
4.3 Uji instrumen	54
4.4 Uji asumsi klasik	56
4.5 Deskripsi frekuensi variabel	58
4.6 Hasil analisis linier berganda	68
4.7 Pengujian hipotesis	69
4.8 Uji koefisien determinan	73
4.9 Pembahasan hasil penelitian	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

Daftar gambar

2.1 Penelitian terdahulu	16
3.1 Operasional variabel indikator referensi	42
3.2 Distributor skor jawaban kuisisioner	44
4.1 Klasifikasi responden berdasarkan umur	59
4.2 Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin	59
4.3 Klasifikasi responden berdasarkan tingkat pendidikan	60
4.5 Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan	60
4.6 Uji validitas	55
4.7 Uji reabilitas	55
4.8 Uji linieritas	56
4.9 Uji normalitas	57
4.10 Distribusi jawaban responden variabel store atmosphere	58
4.11 Distibusi jawaban responden variabel emosi positif	59
4.12 Distribusi jawaban responden variabel promosi penjualan	60
4.13 Distribusi jawaban responden variabel impulse buying	60
4.14 Hasil regresi linier berganda	61
4.15 Hasil uji hipotesis I	68
4.16 Hasil uji hipotesis II	73
4.17 Hasil uji hipotesis III	74
4.18 Hasil uji hipotesis VI	75

Daftar gambar

2.2 Kerangka konseptual	33
2.3 Model Hipotesis.....	33
4.1 Gambar hasil uji normalitas	63