

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF DI UNIQLO INDONESIA**

**Skripsi**

**Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh**

**Ignasius Indra Damaryanto Anindito**

**180323920**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

**Skripsi**

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN STORE ATMOSPHERE  
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DI UNIQLO INDONESIA**

**Disusun oleh:**

**Ignasius Indra Damaryanto Anindito**

**NPM: 180323920**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si**

**08 Juni 2022**

Skripsi

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF DI UNIQLO INDONESIA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Ignasius Indra Damaryanto Anindito**

**NPM : 180323920**

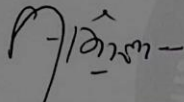
Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 11 Juli 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk  
mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen

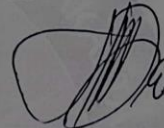
**Susunan Panitia Penguji**

**Ketua Panitia Penguji**



**Dr. J. Ellyawati, MM**

**Anggota Panitia Penguji**



**Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.**



**Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si.**

Yogyakarta, 21 Juli 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DI UNIQLO INDONESIA**

Merupakan hasil dari karya sendiri, baik pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung serta tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain. Tentunya telah saya nyatakan secara tertulis di skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik itu secara sebagian ataupun keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 08 Juni 2022

Yang Menyatakan



Ignasius Indra D.A

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena karunia serta bantuannya yang telah menyertai penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengajukan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul dari skripsi ini adalah “Pengaruh Promosi Penjualan dan Suasana Toko terhadap Pembelian Impulsif di Uniqlo Indonesia”

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan rahmat yang diberikan kepada penulis hingga saat ini.
2. Ibu Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si sebagai dosen pembimbing dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini yang sudah sangat membantu dalam memberikan bantuan, petunjuk, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Kepada bapak Dekan serta pengurus, Ketua Program Studi serta pengurus, seluruh karyawan, serta seluruh dosen kampus tercinta penulis yaitu Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta karena telah membagikan ilmu yang penting dan mulia dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di kampus ini.

4. Gelar sarjana ini penulis dapatkan tentunya melalui dukungan dari kedua orang tua penulis baik itu secara moral serta finansial.
5. Terima kasih kepada kedua adik dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan.
6. Terima kasih kepada Michael Satria, Vincent Putra Tanamas, Kevin Pandu Gautama, Doni Chandra, Ignatius Dilon, dan Bernadeta Hylida Ardisa yang telah menjadi teman dekat penulis selama masa kuliah dan masa pengerjaan skripsi.
7. Kepada semua responden dalam penelitian ini yang sudah membantu dalam memberikan dukungan berupa data yang bisa diolah oleh penulis.
8. Serta berbagai pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu yang sudah membantu, mendukung, dan telah mendoakan penulis.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka dari itu besar harapan penulis agar mendapatkan saran dan kritik yang dapat membangun dan memperbaiki kedepannya.

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
Abstrak .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>11</b>
<b>1.3 Batasan Masalah.....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>1.6 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>13</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>15</b>
2.1.1 <i>Promosi penjualan</i> .....	15
2.1.2 <i>Suasana toko</i> .....	17
2.1.3 <i>Pembelian Impulsif</i> .....	18
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3 Kerangka Model Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>2.4 Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>25</b>
2.4.1 <i>Pengaruh Discount terhadap Pembelian Impulsif</i> .....	26
2.4.2 <i>Pengaruh Coupon terhadap Pembelian Impulsif.</i> .....	27
2.4.3 <i>Pengaruh Suasana toko terhadap Pembelian Impulsif.</i> .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 Lingkup Penelitian.....</b>	<b>30</b>
<b>3.2 Desain Penelitian.....</b>	<b>31</b>
3.2.1 <i>Obyek Penelitian</i> .....	32

3.2.2	<b>Subjek Penelitian</b> .....	34
3.3	<b>Data dan Sumber Data</b> .....	35
3.4	<b>Populasi dan Sampel Penelitian</b> .....	36
3.5	<b>Metode Pengambilan Sampel</b> .....	36
3.6	<b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....	37
3.7	<b>Definisi Operasional Variabel</b> .....	38
3.8	<b>Metode Pengujian Instrumen Penelitian</b> .....	41
3.8.1	<b>Uji Validitas</b> .....	41
3.8.2	<b>Uji Reliabilitas</b> .....	42
3.9	<b>Matode Analisis Data</b> .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		47
4.1	<b>Hasil Pengujian Instrumen</b> .....	47
4.2	<b>Karakteristik Responden</b> .....	50
4.3	<b>Analisis Statistik Deskriptif</b> .....	52
4.4	<b>Analisis Regresi Linear Berganda</b> .....	53
4.5	<b>Uji Parsial (Uji t)</b> .....	54
4.6	<b>Pembahasan</b> .....	55
4.6.1	<b>Pengaruh <i>Discount</i> terhadap Pembelian Impulsif</b> .....	55
4.6.2	<b>Pengaruh <i>Coupon</i> terhadap Pembelian Impulsif</b> .....	56
4.6.3	<b>Pengaruh <i>Suasana toko</i> terhadap Pembelian Impulsif</b> .....	57
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		59
5.1	<b>Kesimpulan</b> .....	59
5.2	<b>Implikasi Manajerial</b> .....	60
5.3	<b>Keterbatasan Penelitian</b> .....	61
5.4	<b>Saran</b> .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		63
<b>LAMPIRAN</b> .....		66



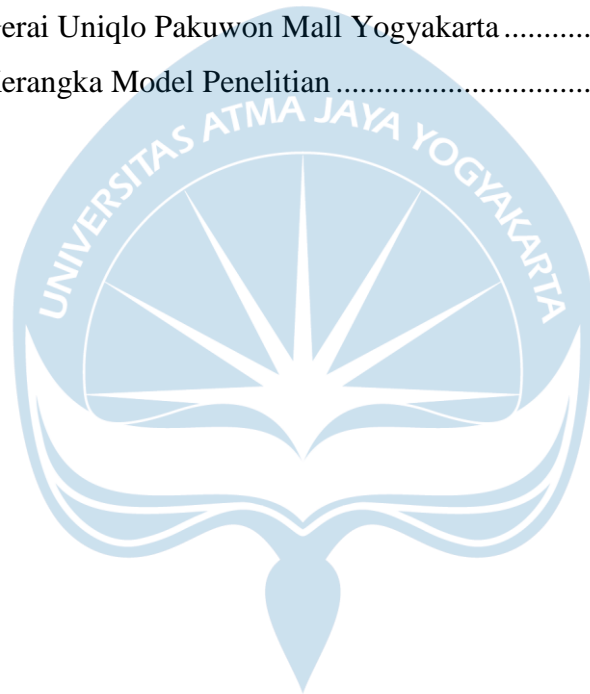
## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i> .....	32
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian .....	38
Tabel 4. 1 Uji Validitas .....	48
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden .....	50
Tabel 4. 4 Analisis Statistik Deskriptif .....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	53



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Diskon di Uniqlo berupa “ <i>value buy</i> ” .....	7
Gambar 1. 2	Kupon Uniqlo .....	8
Gambar 1. 3	Gerai Uniqlo Pakuwon Mall Yogyakarta .....	9
Gambar 1. 4	Gerai Uniqlo Pakuwon Mall Yogyakarta .....	10
Gambar 2. 1	Kerangka Model Penelitian .....	25



# **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DI UNIQLO INDONESIA**

**Disusun oleh:**

**Ignasius Indra Damaryanto Anindito**

**180323920**

**Pembimbing**

**Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si**

## **Abstrak**

Perdagangan industri *fashion* berpengaruh pada kecenderungan peningkatan pola konsumsi masyarakat, yang akhirnya membentuk perilaku konsumtif konsumen terhadap produk-produk *fashion*. Namun, perusahaan yang tidak dapat memperoleh keuntungan dari kegiatan bisnisnya tidak akan bertahan dari waktu ke waktu. Oleh karena itu agar dapat bertahan dan memperoleh keuntungan, peritel harus berupaya lebih keras menarik dan mempertahankan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh *promosi penjualan* berupa *discount* dan *coupon* serta suasana toko terhadap pembelian impulsif di Uniqlo Indonesia. Pada penelitian ini terkumpul sebanyak 102 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linier berganda dan uji-t, serta menggunakan alat analisis SPSS. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel *promosi penjualan* berupa *discount* dan *coupon* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Selain itu juga, variabel suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

**Kata Kunci:** Promosi penjualan, *Discount*, *Coupon*, Suasana Toko, Pembelian Impulsif.