

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Pelayanan Pramuniaga Terhadap Pembelian Impulsif di Mirota Kampus Yogyakarta. Objek dalam penelitian ini adalah Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah Konsumen Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan 115 sampel yang dipilih menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* melalui metode *Purposive Sampling* dengan kriteria minimal berumur 17 tahun dan pernah melakukan pembelian di Mirota Kampus cabang Godean Yogyakarta lebih dari satu kali. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda (*multiple regression test*) yang dioperasikan menggunakan program SPSS 22.0

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif dan pelayanan pramuniaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

Kata kunci : Suasana Toko, Promosi, Pelayanan Pramuniaga, Pembelian Impulsif, Mirota Kampus.

ABSTRACT

This study aims to analyze the Influence of Store Atmosphere, Promotion and Sales Service to impulse buying at Mirota Kampus Yogyakarta. The object of this research is Mirota Kampus branch Godean Yogyakarta. While the subject in this research is Consumer Mirota Kampus branch Godean Yogyakarta.

This study used 115 selected samples using Non Probability Sampling Technique through Purposive Sampling method with criteria of at least 17 years old and had made a purchase in Mirota Kampus branch Godean Yogyakarta more than once. Analyzer used is Multiple Regression Test which operated using SPSS 22.0 program.

Based on the analysis that has been done, the results obtained that the store atmosphere has a positive and significant impact on impulsive purchases, the promotion has a positive and significant impact on impulsive purchases and service salesperson has a positive and significant impact on impulsive purchases.

Keywords : Store Atmosphere, Promotion, Sales Service, Impuse Buying, Mirota Kampus.