

Pengaruh store atmosphere terhadap impulse buying : studi pada Toko Kosmetik Sephora Plaza Indonesia = The influence of store atmosphere toward impulse buying : study on Sephora Cosmetic Store at Plaza Indonesia

Rini Jane, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413191&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh store atmosphere terhadap impulse buying. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan konsumen toko kosmetik Sephora Plaza Indonesia. Teknik penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan non-probability sampling serta teknik purposive. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan linier regression. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa store atmosphere memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap impulse buying yaitu sebesar 51,7% dan sisanya 48,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

This study aimed to describe the effect of store atmosphere (exterior, general interior, store layout, and interior (point-of-purchase) display) on shoppers' impulse purchase behavior in Sephora Cosmetic Store at Plaza Indonesia. This study based on the quantitative research. The sample for this study comprised 100 respondent using non-probability sampling and purposive technique. The research used questionnaire as research instrument and analyzed with linear regression. The analytical results of this study indicate that store atmosphere has significant impacts on impulse buying behavior. Store atmosphere effect impulse buying equal to 51,7% and the residue equal to 48,3% affected by other factors.