

*Pemasaran*. Penerbit Andi.

Sangadji, E. M. (2022). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Bumi Aksara.

Sanjaya, H. (2019). *Analisis Display Produk, Store Atmosphere dan In Store Promotion Terhadap Keputusan Impulsif di Supermarket Brastagi Gatsu Kota Medan*.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Trihudyatmanto, M. (2020). Analisa Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Terhadap Impulse Buying Melalui Emotional Response Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(2), 136–146.

Utami, C. W. (2018). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Modern di Indonesia* (3rd ed.). Penerbit Selemba Empat.

Wardhani, Z. M. (n.d.). *Pengaruh Harga, Shopping Lifestyle, Dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Pembelian Online Shope ( Studi Kasus Mahasiswa Stiesia Surabaya )*.

Windyaningrum, F., & Sudarwanto, T. (2022). *Pengaruh Price DiscountT Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pelanggan H & M Tunjungan Plaza Surabaya*. 10(1), 1650–1657.

# **LAMPIRAN-LAMPIRRAN**

## Lampiran 1 : Kuesioner

### KUISIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *IN-STORE PROMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING***

**(Studi Pada Awam Swalayan Cabang Pangean Di Kabupaten  
Lamongan)**

Perkenalkan saya Tasya Adela Putri Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi mengenai “**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *IN-STORE PROMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* (Studi Pada Awam Swalayan Cabang Pangean Di Kabupaten Lamongan)**).

Berkitan dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner yang telah peneliti susun dalam rangka pelaksanaan penelitian. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan tidak akan dinilai benar atau salah. Semua informasi yang anda berikan dijamin kerahasiaanya.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terimakasih, semoga bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Amin.

#### **A. IDENTITAS RESPONDEN**

No. Responden :

Nama Responden :

Jenis Kelamin : a. Laki-Laki (....) b. Perempuan (....)

Usia : Tahun

#### **B. PETUNJUK PENGISIAN**

Bacalah sejumlah pernyataan di bawah ini dengan teliti.

Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang telah tersedia sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i.

Pilihan jawaban yang tersedia adalah :

- 5. SS = Apabila anda merasa Sangat Setuju
- 4. S = Apabila anda merasa Setuju
- 3. KS = Apabila anda merasa Kurang Setuju
- 2. TS = Apabila anda merasa Tidak Setuju
- 1. STS = Apabila anda merasa Sangat Tidak Setuju

### C. DAFTAR PERNYATAAN

#### 1. Variabel *Store Atmosphere*

Pilihlah jawaban yang paling anda anggap sesuai, berikan tanda (√) pada kolom isian.

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Tata Letak</b>						
1.	Area tiap ruangan di dalam Awam Swalayan Cabang Pangean terasa luas					
2.	Jalur disetiap ruangan terasa lebar dan cukup untuk berlalu lalang					
<b>Papan Pengumuman</b>						
3.	Benner promosi yang ada sudah cukup memberikan informasi					
4.	Dekorasi dan tanda-tanda petunjuk yang ada sudah terlihat jelas					
<b>Daerah Depan Toko</b>						

5.	Papan nama usaha Awam Swalayan Cabang Pangean terpampang dengan jelas					
6.	Desain Awam Swalayan Cabang Pangean dari luar terlihat menarik.					
<b>Daerah Dalam Toko</b>						
7.	Pencahayaan yang ada di dalam Awam Swalayan Cabang Pangean sudah cukup terang.					
8.	Area di dalam Awam Swalayan Cabang Pangean sudah bersih dan sejuk.					

## 2. Variabel *In-store Promotion*

Pilih jawaban yang paling anda anggap sesuai, berikan tanda (√) pada kolom isian.

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Potongan Harga</b>						
1.	Tersedianya potongan harga dengan syarat menjadi member toko Awam Swalayan Cabang Pangean.					
2.	Tersedianya keterangan besarnya penawaran diskon yang ditawarkan oleh toko Awam Swalayan Cabang Pangean					
<b>Sampel Dan Demonstrasi</b>						
3.	Awam Swalayan Cabang Pangean memberikan sampel					

	dimana sebagian kecil produk diberikan secara gratis.					
4.	Adanya demonstrasi yang dilakukan karyawan Awam Swalayan Cabang Pangean untuk memaparkan suatu produk dengan baik dan benar.					
<b>Premium Atau Bonus</b>						
5.	Bonus diberikan pada pembelian produk tertentu berupa <i>buy one get one</i> pada toko Awam Swalayan Cabang Pangean.					
6.	Memberikan ketentuan kepada konsumen untuk mendapatkan bonus.					
<b>Event Spesial</b>						
7.	Awam Swalayan Cabang Pangean tidak pernah ketinggalan dalam melaksanakan sebuah event.					
8.	Produk yang sedang promo berhubungan dengan event yang sedang berlangsung.					

### 3. Variabel *Impulse Buying*

Pilih jawaban yang paling anda anggap sesuai, berikan tanda (√) pada kolom isian.

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Pembelian Tidak Terencana Untuk Mencoba Produk Baru</b>						
1.	Saya langsung melakukan pembelian secara spontan ketika					

	melihat produk baru yang menarik.					
2.	Saya langsung membeli secara spontan setelah melihat adanya promosi pada produk baru					
<b>Pembelian Tidak Terencana Bila Ada Produk Yang Termasuk Diskon</b>						
3.	Saya langsung melakukan pembelian secara spontan ketika melihat produk yang menawarkan potongan harga					
4.	Saya melakukan pembelian secara spontan ketika mendapatkan informasi adanya diskon dengan jumlah minimal pembelian produk tertentu.					
<b>Pembelian Tak Terencana Saat Melihat Produk Untuk pertama Kali</b>						
5.	Saya akan melakukan pembelian secara spontan ketika tertarik pada produk baru yang didemonstrasikan					
6.	Saya melakukan pembelian secara spontan ketika melihat produk baru yang menarik perhatian saya.					

## Lampiran 2: Kuesioner Prasurvey

### PERTANYAAN PRASURVEY

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

#### 1. *Store Atmosphere* (Suasana Toko)

<input type="checkbox"/>	Ya	<input type="checkbox"/>	Tidak	Apakah tata letak produk pada Awam Swalayan Cabang Pangean sudah diterapkan dengan baik?
<input type="checkbox"/>	Ya	<input type="checkbox"/>	Tidak	Apakah terdapat papan pengumuman pada Awam Swalayan Cabang Pangean?
<input type="checkbox"/>	Ya	<input type="checkbox"/>	Tidak	Apakah daerah depan toko ( <i>store exterior</i> ) pada Awam Swalayan Cabang Pangean sudah tertata dengan rapi?
<input type="checkbox"/>	Ya	<input type="checkbox"/>	Tidak	Apakah general interior pada Awam Swalayan Cabang Pangean sudah tertata dengan rapi?

#### 2. *In-Store Promotion* (Promosi didalam toko)

<input type="checkbox"/>	Ya	<input type="checkbox"/>	Tidak	Apakah pelanggan tertarik untuk berbelanja dengan program potongan harga di Awam Swalayan Cabang Pangean?
<input type="checkbox"/>	Ya	<input type="checkbox"/>	Tidak	Apakah pelanggan tertarik untuk berbelanja dengan program pemberian kupon pada produk tertentu di Awam Swalayan Cabang Pangean?



	Ya		Tidak	Apakah pelanggan tertarik untuk berbelanja dengan adanya display layout produk yang sudah diterapkan di Awam Swalayan Cabang Pangean?
	Ya		Tidak	Apakah pelanggan untuk berbelanja dengan adanya personal selling yang informatif di Awam Swalayan Cabang Pangean?
	Ya		Tidak	Apakah pelanggan tertarik untuk berbelanja dengan adanya demintrasi promosi penjualan di Awam Swalayan Cabang Pangean?

### 3. *Impulse Buying* (Pembelian Tidak Terencana)

	Ya		Tidak	Apakah anda pernah melakukan pembelian tidak terencana untuk mencoba produk baru di Awam Swalayan Cabang Pangean?
	Ya		Tidak	Apakah anda pernah melakukan pembelian tidak terencana bila ada produk yang termasuk diskon di Awam Swalayan Cabang Pangean?
	Ya		Tidak	Apakah anda pernah melakukan pembelian tak terencana saat melihat produk baru untuk pertama kalinya di Awam Swalayan Cabang Pangean?
	Ya		Tidak	Apakah anda pernah melakukan pembelian tak terencana dengan tujuan untuk melengkapi produk lain di Awam Swalayan Cabang Pangean ?

**Lampiran 4:** Hasil *Pra-Survey*

No	Inisial Responden	L/P	Usia	Store Atmosphere				In-Store Promotion					Impulse Buying			
				1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	O.P	P	21	T	T	T	T	Y	T	T	Y	T	Y	Y	T	Y
2	K.D	P	21	T	T	T	T	Y	T	Y	Y	T	T	Y	T	T
3	N.A	P	19	Y	T	T	Y	Y	Y	T	T	T	Y	T	T	T
4	S.M	L	22	Y	T	T	Y	Y	T	T	T	T	T	Y	T	T
5	B.P	L	21	T	Y	T	Y	Y	T	Y	T	Y	Y	T	Y	T
6	N.A	P	22	Y	T	T	Y	T	Y	Y	T	Y	Y	T	T	T
7	S.N	P	53	T	T	T	T	Y	T	T	T	Y	T	T	T	T
8	T.B	L	25	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	T	T	T	T	T
9	F.D	P	24	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	T	T	Y	Y	T
10	D.W	P	23	Y	T	T	Y	Y	T	T	T	T	T	T	T	T
11	N	P	25	Y	T	T	T	Y	Y	T	T	T	Y	Y	T	T
12	J	P	45	Y	T	T	T	Y	Y	T	T	T	T	T	T	Y
13	N.R	P	19	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	T	T	Y	Y	Y	Y
14	R.A	P	20	Y	T	T	Y	Y	T	T	T	T	T	Y	T	T
15	Z	P	26	T	Y	T	T	Y	Y	T	T	Y	T	Y	T	T
16	P	P	45	T	Y	T	T	T	Y	Y	T	Y	Y	Y	T	Y
17	N.A	P	21	Y	T	T	T	T	T	T	Y	T	T	T	Y	T
18	A	P	20	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
19	I.S	P	21	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
20	I.L	P	21	T	T	T	T	Y	Y	T	T	T	T	T	T	Y
21	A	L	21	T	Y	Y	T	Y	T	T	T	T	T	T	T	T
22	R.Z	P	21	Y	Y	T	T	Y	Y	T	T	T	T	T	T	T
23	N.A	P	21	T	T	T	Y	Y	Y	T	T	T	T	T	T	Y
24	E.D	L	24	Y	Y	T	Y	Y	T	T	Y	Y	Y	Y	Y	T
25	I.U	L	22	Y	T	T	Y	T	Y	T	T	T	Y	T	T	T
26	A.A	L	21	Y	T	Y	Y	Y	Y	T	T	T	Y	Y	T	T
27	C	P	20	T	Y	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
28	N.D	P	24	T	Y	T	Y	T	T	T	T	Y	T	T	T	T
29	A.R	P	21	T	T	Y	T	Y	T	T	T	T	T	T	T	T
30	S.D	L	21	T	T	T	T	Y	T	T	T	T	T	Y	T	T

## Lampiran 5: Hasil Uji Validitas

### Uji Validitas *Store Atmosphere* (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.382*	.155	.297	.290	.278	.365*	.120	.565**
	Sig. (2-tailed)		.026	.382	.088	.096	.111	.034	.499	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X1.2	Pearson Correlation	.382*	1	.638**	.271	-.074	.154	.289	.365*	.608**
	Sig. (2-tailed)	.026		.000	.121	.676	.385	.097	.034	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X1.3	Pearson Correlation	.155	.638**	1	.548**	.089	.311	.286	.427*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.382	.000		.001	.619	.074	.101	.012	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X1.4	Pearson Correlation	.297	.271	.548**	1	.379*	.447**	.423*	.490**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.088	.121	.001		.027	.008	.013	.003	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X1.5	Pearson Correlation	.290	-.074	.089	.379*	1	.355*	.258	.101	.476**
	Sig. (2-tailed)	.096	.676	.619	.027		.039	.141	.569	.004
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X1.6	Pearson Correlation	.278	.154	.311	.447**	.355*	1	.240	.240	.610**
	Sig. (2-tailed)	.111	.385	.074	.008	.039		.171	.171	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X1.7	Pearson Correlation	.365*	.289	.286	.423*	.258	.240	1	.327	.624**
	Sig. (2-tailed)	.034	.097	.101	.013	.141	.171		.059	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34

X1.8	Pearson Correlation	.120	.365*	.427*	.490**	.101	.240	.327	1	.609**
	Sig. (2-tailed)	.499	.034	.012	.003	.569	.171	.059		.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
TOTAL	Pearson Correlation	.565**	.608**	.708**	.787**	.476**	.610**	.624**	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Uji Validitas *In-Store Promotion* (X2)

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.547**	.415*	.350*	.279	.264	.266	.458**	.660**
	Sig. (2-tailed)		.001	.015	.042	.110	.132	.129	.006	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X2.2	Pearson Correlation	.547**	1	.445**	.474**	.630**	.512**	.394*	.298	.823**
	Sig. (2-tailed)	.001		.008	.005	.000	.002	.021	.087	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X2.3	Pearson Correlation	.415*	.445**	1	.554**	.407*	.042	.214	.451**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.015	.008		.001	.017	.814	.225	.007	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X2.4	Pearson Correlation	.350*	.474**	.554**	1	.521**	.323	.283	.504**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.042	.005	.001		.002	.062	.105	.002	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X2.5	Pearson Correlation	.279	.630**	.407*	.521**	1	.396*	.279	.159	.714**
	Sig. (2-tailed)		.000	.017	.002		.002			.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34

	Sig. (2-tailed)	.110	.000	.017	.002		.021	.110	.369	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X2.6	Pearson Correlation	.264	.512**	.042	.323	.396*	1	.289	.181	.536**
	Sig. (2-tailed)	.132	.002	.814	.062	.021		.097	.305	.001
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X2.7	Pearson Correlation	.266	.394*	.214	.283	.279	.289	1	.263	.529**
	Sig. (2-tailed)	.129	.021	.225	.105	.110	.097		.133	.001
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
X2.8	Pearson Correlation	.458**	.298	.451**	.504**	.159	.181	.263	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.006	.087	.007	.002	.369	.305	.133		.000
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34
TOTAL	Pearson Correlation	.660**	.823**	.698**	.768**	.714**	.536**	.529**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	
	N	34	34	34	34	34	34	34	34	34

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Uji Validitas *Impulse Buying* (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.718**	.709**	.701**	.749**	.714**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y2	Pearson Correlation	.718**	1	.788**	.816**	.786**	.766**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34

Y3	Pearson Correlation	.709**	.788**	1	.757**	.792**	.773**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y4	Pearson Correlation	.701**	.816**	.757**	1	.810**	.661**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y5	Pearson Correlation	.749**	.786**	.792**	.810**	1	.737**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y6	Pearson Correlation	.714**	.766**	.773**	.661**	.737**	1	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
TOTAL	Pearson Correlation	.854**	.910**	.903**	.890**	.917**	.869**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34	34

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 6: Uji Reabilitas

### Hasil Reabilitas *Store Atmosphere* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.779	8

### Hasil Uji Reabilitas *In-Store Promotion* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.821	8

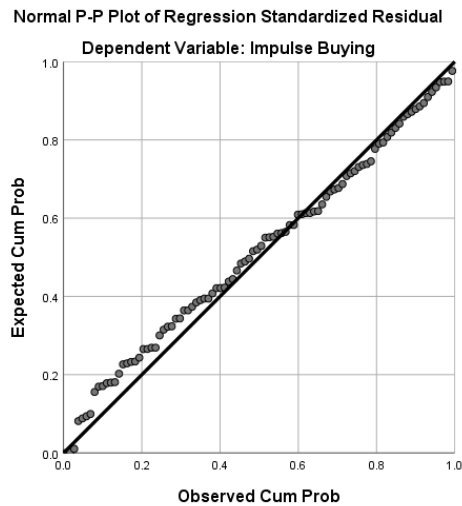
### Hasil Uji Reabilitas *Impulse Buying* (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.947	6

## Lampiran 7: Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

#### a) P-Plot



#### b) Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.50078651
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.083
	Positive	.044
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



## 2. Uji Multikolonieritas

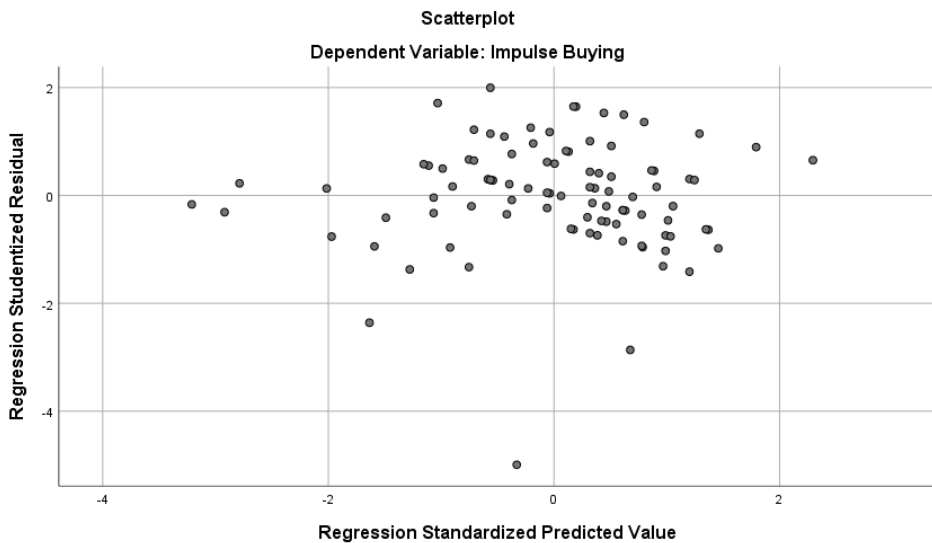
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.841	4.401		.873	.385		
	Store Atmosphere	.318	.121	.259	2.617	.010	.895	1.118
	In-Store Promotion	.281	.102	.271	2.743	.007	.895	1.118

a. Dependent Variable: Impulse Buying

## 3. Uji Heteroskedastisitas

### a) Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik



### b) Uji Heteroskedastisitas Glejser

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.322	3.011		.439	.662
	Store Atmosphere	.097	.083	.127	1.166	.247
	In-Store Promotion	-.059	.070	-.092	-.845	.400

a. Dependent Variable: Abs\_Res

## Lampiran 8: Regresi Linier Berganda (Uji T, Uji F dan Koefisiensi Determinasi)

### Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.841	4.401		.873	.385		
	Store Atmosphere	.318	.121	.259	2.617	.010	.895	1.118
	In-Store Promotion	.381	.102	.271	2.743	.007	.895	1.118

a. Dependent Variable: Impulse Buying

### Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.841	4.401		.873	.385		
	Store Atmosphere	.318	.121	.259	2.617	.010	.895	1.118
	In-Store Promotion	.381	.102	.271	2.743	.007	.895	1.118

a. Dependent Variable: Impulse Buying

### Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	266.216	2	133.108	10.632	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1164.273	93	12.519		
	Total	1430.490	95			

a. Dependent Variable: Impulse Buying

b. Predictors: (Constant), In-Store Promotion, Store Atmosphere

## Uji Koefisien Determinasi

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.431 <sup>a</sup>	.186	.169	3.538	1.760

a. Predictors: (Constant), In-Store Promotion, Store Atmosphere

b. Dependent Variable: Impulse Buying

Lampiran 9 r tabel :

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	<b>0.361</b>	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	<b>0.339</b>	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

### Lampiran 10: t Tabel

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
<b>1</b>	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	<b>1</b>
<b>2</b>	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	<b>2</b>
<b>3</b>	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	<b>3</b>
<b>4</b>	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	<b>4</b>
<b>5</b>	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	<b>5</b>
<b>6</b>	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	<b>6</b>
<b>7</b>	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	<b>7</b>
<b>8</b>	1,397	<b>1,860</b>	2,306	2,896	3,355	<b>8</b>
<b>9</b>	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	<b>9</b>
<b>10</b>	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	<b>10</b>
<b>11</b>	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	<b>11</b>
<b>12</b>	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	<b>12</b>
<b>13</b>	1,350	<b>1,771</b>	2,160	2,650	3,012	<b>13</b>
<b>14</b>	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	<b>14</b>
<b>15</b>	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	<b>15</b>
<b>16</b>	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	<b>16</b>
<b>17</b>	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	<b>17</b>
<b>18</b>	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	<b>18</b>
<b>19</b>	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	<b>19</b>
<b>20</b>	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	<b>20</b>
<b>21</b>	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	<b>21</b>
<b>22</b>	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	<b>22</b>
<b>23</b>	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	<b>23</b>
<b>24</b>	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	<b>24</b>
<b>25</b>	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	<b>25</b>
<b>26</b>	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	<b>26</b>
<b>27</b>	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	<b>27</b>
<b>28</b>	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	<b>28</b>
<b>29</b>	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	<b>29</b>
<b>30</b>	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	<b>30</b>
<b>31</b>	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	<b>31</b>
<b>32</b>	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	<b>32</b>
<b>33</b>	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	<b>33</b>
<b>34</b>	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	<b>34</b>
<b>35</b>	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	<b>35</b>
<b>36</b>	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	<b>36</b>

<b>37</b>	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	<b>37</b>
<b>38</b>	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	<b>38</b>
<b>39</b>	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	<b>39</b>
<b>d.f</b>	t0.10	t0.05	t0.025	t0.01	t0.005	<b>d.f</b>
<b>40</b>	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	<b>40</b>
<b>41</b>	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	<b>41</b>
<b>42</b>	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	<b>42</b>
<b>43</b>	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	<b>43</b>
<b>44</b>	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	<b>44</b>
<b>45</b>	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	<b>45</b>
<b>46</b>	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	<b>46</b>
<b>47</b>	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	<b>47</b>
<b>48</b>	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	<b>48</b>
<b>49</b>	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	<b>49</b>
<b>50</b>	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	<b>50</b>
<b>51</b>	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	<b>51</b>
<b>52</b>	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	<b>52</b>
<b>53</b>	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	<b>53</b>
<b>54</b>	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	<b>54</b>
<b>55</b>	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	<b>55</b>
<b>56</b>	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	<b>56</b>
<b>57</b>	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	<b>57</b>
<b>58</b>	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	<b>58</b>
<b>59</b>	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	<b>59</b>
<b>60</b>	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	<b>60</b>
<b>61</b>	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	<b>61</b>
<b>62</b>	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	<b>62</b>
<b>63</b>	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	<b>63</b>
<b>64</b>	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	<b>64</b>
<b>65</b>	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	<b>65</b>
<b>66</b>	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	<b>66</b>
<b>67</b>	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	<b>67</b>
<b>68</b>	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	<b>68</b>
<b>69</b>	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	<b>69</b>
<b>70</b>	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	<b>70</b>
<b>71</b>	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	<b>71</b>
<b>72</b>	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	<b>72</b>
<b>73</b>	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	<b>73</b>
<b>74</b>	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	<b>74</b>

<b>75</b>	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	<b>75</b>
<b>76</b>	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	<b>76</b>

<b>77</b>	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	<b>77</b>
<b>78</b>	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	<b>78</b>
<b>d.f</b>	t0.10	t0.05	t0.025	t0.01	t0.005	<b>d.f</b>
<b>79</b>	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	<b>79</b>
<b>80</b>	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	<b>80</b>
<b>81</b>	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	<b>81</b>
<b>82</b>	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	<b>82</b>
<b>83</b>	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	<b>83</b>
<b>84</b>	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	<b>84</b>
<b>85</b>	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	<b>85</b>
<b>86</b>	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	<b>86</b>
<b>87</b>	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	<b>87</b>
<b>88</b>	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	<b>88</b>
<b>89</b>	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	<b>89</b>
<b>90</b>	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	<b>90</b>
<b>91</b>	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	<b>91</b>
<b>92</b>	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	<b>92</b>
<b>93</b>	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	<b>93</b>
<b>94</b>	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	<b>94</b>
<b>95</b>	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	<b>95</b>
<b>96</b>	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	<b>96</b>
<b>97</b>	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	<b>97</b>
<b>98</b>	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	<b>98</b>
<b>99</b>	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	<b>99</b>
<b>Inf.</b>	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	<b>Inf.</b>

**Lampiran 11: F hitung**

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
67	3,968	3,134	2,743	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041



93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi  
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi  
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Tasya Adela Putri  
NBI : 1121900131  
Program Studi : Administrasi Niaga  
Dosen Pembimbing I : Dra. Diana Juni Mulyati, M.M  
Dosen Pembimbing II : Dr. IGN. Anom Maruta, M.M  
Judul Skripsi :

PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN IN STORE PROMOTION TERHADAP  
IMPULSE BUYING (STUDI PADA AWAM SWALAYAN CABANG PANGEAN DI  
KABUPATEN LAMONGAN)

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	15/3-23	Judul Acc → selanjutnya ke Pemb. II dl.		
	15/3-	Bab I Revisi Pembahasan dan Tujuan		
	17/3	Bab I Acc		
	29/3-23	Bab. I Acc → ds. perubahan ds. sesuai saran.		
	29/3-23	Bab II Revisi Pembahasan meliputi tambahan jurnal.		
	30/3-23	Bab II Acc		
	5/4-23	Bab II Acc ds. perubahan - Peneliti penkalahulu dilengkapi - hipotesa -		



KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
	10/4 2023	Bab III	Acc	Acc
	10/5 2023	Bab III	Acc	Acc
	16/5 2023	Bab IV. Acc	Acc	Acc
	6/6 2023	Bab V	revisi kesipul	Acc
	7/6 2023	Bab V	Acc	Acc
	8/6 - 2023	Bab IV	Revisi hasil regresi	Acc
	9/6 - 2023	Bab IV Bab V	Acc Acc - dg revisi sesuai saran	Acc

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal: 09 Juni 2023

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing I



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH  
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURATKETERANGAN

Nomor: 350/K/LOD/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

NPP : 20110170735

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Tasya Adela Putri

NBI : 1121900131

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%. Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".  
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 13 Juni 2023

Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

Kepala Lab. Otonomi,

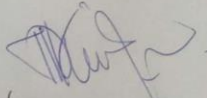
### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

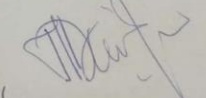
Nama : Tasya Adela Putri  
NIM : 1121900131  
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 22 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

*tidak ada revisi.*

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

  
( Dra. Diana Juni Mulyati, MM )

  
( Dra. Diana Juni Mulyati, MM )

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Tasya Adela Putri

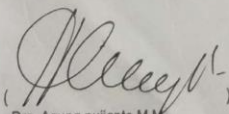
NIM : 1121900131

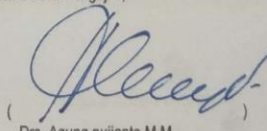
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 22 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- Karaktersitik pendapatan
- Gambar secara lengkap minimal  
berada

Surabaya, 27 Juni 2023  
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

  
Drs. Agung pujianto M.M

  
Drs. Agung pujianto M.M

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

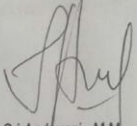
### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

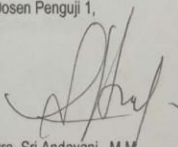
Nama : Tasya Adela Putri  
NIM : 1121900131  
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 22 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

*Pembahasan di tambahkan  
dg bahasa bukan statistik*

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

(  )  
Dra. Sri Andayani, M.M

(  )  
Dra. Sri Andayani, M.M

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN IN-STORE PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING (STUDI PADA AWAM SWALAYAN CABANG PANGEAN DI KABUPATEN LAMONGAN) JURNAL

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://riset.unisma.ac.id">riset.unisma.ac.id</a> Internet Source	4%
2	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	4%
3	<a href="http://jurnal.pancabudi.ac.id">jurnal.pancabudi.ac.id</a> Internet Source	2%
4	Kurnia Dwi Immamah, Anita Handayani. "Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pengalaman Keuangan, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Keuangan (Studi pada Pedagang Pasar Sekaran)", Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan, 2022 Publication	2%
5	<a href="http://repository.uinsaizu.ac.id">repository.uinsaizu.ac.id</a> Internet Source	2%
6	<a href="http://repository.untag-sby.ac.id">repository.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	2%

123dok.com