

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA DISTRO OSING DELES DI BANYUWANGI

Villia Arisma Putri
Program Studi Pendidikan Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud diketahui pengaruh *store atmosphere* dan keanekaragaman produk terhadap pembelian impulsif di distro osing deles Banyuwangi. Desain penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kausal. Populasi yang dipakai pada riset ini ialah konsumen yang berbelanja di distro osing deles Banyuwangi dengan jumlah pengunjung yang tidak diketahui ataupun tidak terbatas. Metode pengumpulan data memakai angket dan observasi. Analisis ini memakai analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F diolah dalam program SPSS 22.0 *for Windows*. Hasil pada penelitian ini membuktikan bahwasannya terdapat pengaruh yang significant diantara *store atmosphere* dan keragaman produk terhadap pembelian impulsif di distro osing deles Banyuwangi yang ditunjukkan dari uji F dengan perolehan nilai significance $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, Pembelian Impulsif.

ABSTRACT

This research intends to know the effect of store atmosphere and product diversity on impulsive buying at distributions selling deles Banyuwangi. This research design is included in the type of causal research. The population used in this research are consumers who shop at the Osing Deles distribution in Banyuwangi with an unknown or unlimited number of visitors. Methods of data collection using a questionnaire and observation. This analysis uses multiple linear regression analysis. Hypothesis testing with t test and F test was processed in SPSS 22.0 for Windows. The results of this study prove that there is a significant influence between store atmosphere and product diversity on impulsive purchases at the Osing Deles distribution in Banyuwangi, which is indicated by the F test with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Store Atmosphere, Product Diversity, Impulsive Purchase.*