

## ABSTRAK

Indra Wahyu Rahmawan, 2013, **Pengaruh Faktor-Faktor Lingkungan Toko terhadap Pembelian Impulsif (Survei pada Pengunjung Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Kota Malang)**, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati, 168 Hal. + xix.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat membentuk Lingkungan Toko dan pengaruhnya secara bersama-sama dan parsial terhadap Pembelian Impulsif. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 102 orang responden yang merupakan pembeli barang-barang secara impulsif atau tidak terencana di Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Kota Malang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis faktor dan analisis regresi linear berganda. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan pendekatan secara *accidental*.

Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa ada 5 faktor baru yang dapat membentuk Lingkungan Toko, yaitu variabel Identitas Ritel, variabel Desain Luar Toko, variabel Tanda, variabel Perabotan dan variabel Alokasi Ruang. Variabel Identitas Ritel, variabel Desain Luar Toko, variabel Tanda, variabel Perabotan dan variabel Alokasi Ruang secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pembelian Impulsif. Hubungannya dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasinya ( $R$ ) sebesar 0,445 dan nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*adjusted R square*) sebesar 0,156 atau 15,6% dengan  $F_{hitung}$  sebesar 4,729 serta tingkat signifikansi 0,001 ( $p < 0,05$ ). Variabel Tanda merupakan variabel yang dominan mempengaruhi Pembelian Impulsif di Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Kota Malang dengan nilai beta tertinggi yaitu 0,279 dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya.

Kata Kunci : Lingkungan Toko, Pembelian Impulsif