

**PENGARUH *STORE IMAGE* DAN *LOCATION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA
CARREFOUR TRANSMART DI KOTA PADANG**

(Studi pada Konsumen *Carrefour Transmart* Padang)

SKRIPSI
UNIVERSITAS ANDALAS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menacapai Gelar Sarjana pada Program Studi S1
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



AULIA RAKA ARIRI

1710526023

Dosen Pembimbing :

Dr. Eri Besra, SE, MM

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN INTAKE

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2019



No. Alumni Universitas:

AULIA RAKA ARIRI

No. Alumni Fakultas:

a). Tempat / Tanggal Lahir: Padang / 29 September 1995 b). Nama Orang Tua: Hafrizal dan Rifa Zanty c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 1710526023 f). Tanggal Lulus: 16 Oktober 2019 g). IPK: h). Prediksi Kelulusan: Sangat Memuaskan i). Lama Studi: 2 Tahun 2 Bulan j). Alamat Orang Tua: Jorong Tapian Nanto, Sijunjung

PENGARUH STORE IMAGE DAN LOCATION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA CARREFOUR TRANSMART DI KOTA PADANG

Skripsi S1 Oleh: Aulia Raka Ariri
Pembimbing: Dr. Eri Besra, SE, MM

ABSTRAK

Store Image (Citra Toko) didefinisikan adalah kesan yang diinterpretasikan dalam kesan sebagai hasil dari kelengkapan yang dirasakan konsumen yang berhubungan dengan toko serta saling bergantung dalam kesan konsumen yang berdasarkan paparan baik saat ini dan sebelumnya. *Location* (Lokasi) adalah merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. *Impulse Buying* (Pembelian Spontan) adalah merupakan keputusan pembelian yang dilakukan di dalam toko dengan tidak adanya pengakuan eksplisit akan kebutuhan atas pembelian tersebut sebelum masuk ke toko. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh dari *Store Image* dan *Location* terhadap *Impulse Buying* pada *Carrefour Transmart* Kota Padang. Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengunjung *Carrefour Transmart* Padang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Data analisis menggunakan program SPSS IBM 23. Hasil pengujian hipotesis terlihat bahwa *Store Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* dan *Location* tidak berpengaruh terhadap *Impulse Buying* pada *Carrefour Transmart* Padang. Hasil penelitian ini menyatakan *Store Image* pada *Carrefour Transmart* Padang mampu menimbulkan *Impulse Buying*, sedangkan lokasi *Carrefour Transmart* Padang tidak berpengaruh terhadap *Impulse Buying*.

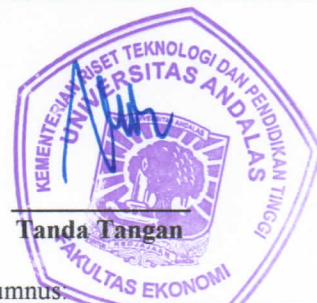
Keyword: Store Image, Location dan Location

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal 16 Oktober 2019. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr. Eri Besra, SE, MM	Dr. Verinita, SE, M.Si	Asmi Abbas, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE, M.Si
NIP. 197208262003122004



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor Alumnus.

	PetugasFakultas/Universitas
No. Alumni Fakultas	NamaTandaTangan
No. Alumni Universitas	NamaTandaTangan