

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2019**

Rizna Ayuningsih

120.2015.130

Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, dan Atmosfer Toko terhadap *Impulse Buying* di Guardian *Health & Beauty Store* serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Pelanggan Guardian *Health & Beauty Store* Mall Kelapa Gading)

115 halaman + xv halaman + 24 tabel + 3 gambar, dan 7 lampiran

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, promosi penjualan, dan atmosfer toko terhadap *impulse buying* pada pelanggan Guardian *Health & Beauty Store* Mall Kelapa Gading secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Guardian *Health & Beauty Store* Mall Kelapa Gading. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 105 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey* dengan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji F (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. (2) promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. (3) atmosfer toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. (4) secara simultan seluruh variabel independen yaitu kualitas layanan, promosi penjualan, dan atmosfer toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Dalam sudut pandang Islam, transaksi jual beli yang terkait dengan kualitas layanan, promosi penjualan, atmosfer toko, dan *impulse buying* yang ada dan berlaku di Guardian *Health & Beauty Store* Mall Kelapa Gading tidak menyimpang dari ajaran Islam dan Syariat Islam.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, Atmosfer Toko, dan *Impulse Buying*.

ABSTRACT

Faculty of Economics and Business

Study Program S-1 Management

2019

Rizna Ayuningsih

120.2015.130

The Influence of Service Quality, Sales Promotion, and Store Atmosphere on Impulse Buying in Guardian Health & Beauty Store and Its Review from Islamic Point Of View (Case Study On Guardian Health & Beauty Store Mall Kelapa Gading Customers)

115 Pages + Page xv + 24 tables + 3 pictures and 7 attachments

ABSTRACT

The purpose of this research is to know how to influence service quality, sales promotion, and store atmosphere on impulse buying of Guardian Health & Beauty Store customers Mall Kelapa Gading in the partial and simultaneous. The population in this research are the Guardian Health & Beauty Store customers Mall Kelapa Gading. The sampling technique used is purposive sampling technique. The number of respondents in this research are 105 respondents. Data were collected by using a survey method with questionnaire instrument. Data analysis method used is multiple regression analysis, t test (partial) and F test (simultaneous).The results shows that: (1) service quality has a positive and significant impact on impulse buying. (2) sales promotion has a positive and significant impact on impulse buying. (3) store atmosphere has a positive and significant impact on impulse buying. (4) simultaneously all independent variables has a positive and significant impact on impulse buying. Overview from Islamic perspective, sale and purchase transactions related to quality of service, sales promotion, store atmosphere, and impulse buying at Guardian Health & Beauty Store Mall Kelapa Gading does not deviate from the teachings of Islam and Shari'a of Islam

Keywords: *Service Quality, Sales Promotion, Store Atmosphere, and Impulse Buying.*