

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawahini :

Nama : Siti Solikah
Nim : 931 412 099
Program Studi : S1 Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "Peranan *Sales Promotion Girls* Dalam Menciptakan Perilaku *Impulse Buying* Di Matahari *Department Store* Gorontalo" merupakan hasil karya sendiri dan bukan plagiat Skripsi orang lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah, etika penulisan ilmiah dan buku pedoman penulisan karya ilmiah Universitas Negeri Gorontalo.

Bila dikemudian hari ditemukan seluruh / sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri, terdapat plagiat dalam bagian-bagian tertentu, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik yang saya sandang dan sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa tekanan dari pihak manapun.

Gorontalo, Juni 2016



Siti Solikah
NIM: 931412099

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PERANAN SALES PROMOTION GIRS DALAM MENCIPTAKAN
PERILAKU IMPULSE BUYING DI MATAHARI DEPARTMENT STORE
GORONTALO**

SKRIPSI

Oleh

**SITI SOLIKAH
NIM : 931 412 099**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



**Idris Yanto Niode, S.Pd, MM
NIP : 19781026 200501 1 001**

Pembimbing II



**Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si
NIP : 19790925 200501 2 001**

**Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen**



**Hais Dama, SE., M.Si
NIP. 19730305 200212 1 003**

LEMBAR PENGESAHAN

Peranan *Sales Promotion Girls* Dalam Menciptakan Perilaku *Impulse Buying* Di Matahari *Department Store* Gorontalo

Oleh :

SITI SOLIKAH
931 412 099

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : 01 Juli 2016

Waktu : 13.00-15.00 Wita

Penguji :

1. Djoko Lesmana Radji S.Pd,M.Si
2. Yulinda L. Ismail, MSi,
3. Idris Yanto Niode, S.Pd, MM
4. Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si

1.
2.
3.
4.

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Hamzah Yunus, M.Pd
Nip. 19600223 198603 1 004



ABSTRAK

Siti Solikhah, Nim 931412099. Peranan *Sales Promotion Girls* dalam Menciptakan Perilaku *Impulse Buying*. Studi Sarjana Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo Pembimbing I Bapak Idris Yanto Niode, S.Pd, MM dan Pembimbing II Ibu Zulfia K. Abdussamad, SE, M. Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar peranan *Sales Promotion Girls* dalam menciptakan perilaku *impulse buying* di Matahari *Department Store* Gorontalo. Populasi sebanyak seluruh konsumen Matahari dengan menggunakan metode *sampling insidental* dan menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi sederhana.

Adapun hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini yang menduga bahwa peranan *Sales Promotion Girls* dalam menciptakan perilaku *impulse buying* di Matahari *Department Store* Gorontalo berpengaruh signifikan atau di terima. Berdasarkan hasil dari Uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *Sales Promotion Girls* diperoleh sebesar 6.081 sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% sebesar 1.660. Jika kedua nilai t ini dibandingkan maka nilai t_{hitung} masih lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($6.081 > 1.660$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh angka *R Square* sebesar 0,274 atau 27,4% sisanya sebesar 0.276 atau 72,6% dipengaruhi oleh variabel lain seperti variabel promosi, *store atmosphere*, emosi positif.

Kata Kunci : *Sales Promotion Girls* dan *Impulse Buying*

ABSTRACT

Siti Solikah, Student ID 93142099. The Role of Sales Promotion Girls in Creating Impulse Buying Behavior. Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The Principal Supervisor is Idris Yanto Niode, S.Pd, MM and the Co-Supervisor is Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si.

This research aims at investigating and analyzing on how big is the role of sales promotion girls in creating Impulse buying behavior at Matahari department store Gorontalo. The population is all Matahari consumers by using sampling incidental method and uses quantitative method with simple regression analysis.

The research result shows that hypothesis in this research guesses that role of sales promotion girls in creating Impulse buying behavior at Matahari department store has significantly influenced or accepted. Based on the result of t test shows that value of t_{count} for sales promotion girls variable obtains 6.081 while value of t_{table} at significant level is 5% as much as 1.660. If both t value compared then value of t_{count} is still higher than value of t_{table} ($6.081 > 1.666$) therefore H_0 is rejected and H_a is accepted. Based on determination coefficient calculation gains R square number as much as 0.274 or 27,4% and the rest are 0,276 or 72,6% influenced by other variable such as promotion variable, store atmosphere and positive emotion.

Keywords: Sales Promotion Girls and Impulse Buying

