

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Toko

Nama Toko : Toko Busana Duta Mode Jepara
Tahun Berdiri : 2 Desember 1999
Alamat Toko : Jl. Kolonel Sugiono Ruko Blok
A No. 5-6-7 Ex Terminal
Jepara
Telp : 0291-5921-00
Hari Pelayanan : Buka Setiap Hari
Waktu Pelayanan : 09:00-21:00 WIB

2. Sejarah Toko Busana Duta Mode Jepara

Toko Busana Duta Mode Jepara merupakan salah satu toko ritel di Jepara yang sudah berdiri 21 tahun. Toko Busana Duta Mode merupakan toko ritel cabang ke tiga, dimana Duta Mode yang pertama didirikan berpusat di Jakarta dan toko ke dua berada di Solo. Duta Mode Jepara dikelola oleh Bapak Mauzar selaku Manager toko yang berasal dari kota Padang. Lokasi toko tepatnya di Jl. Kolonel Sugiono Ruko Blok A No. 5-6-7 Ex Terminal Jepara. Toko ini didirikan sejak 2 Desember 1999. Konsep toko Duta Mode Jepara jaman dahulu masih sangat sederhana. Pada saat itu belum banyak fasilitas yang diberikan, karena pada awalnya toko tersebut hanya berorientasi pada penjualan saja tanpa memperhatikan kenyamanan konsumen. Dari situ muncul suatu konsep baru dari manager toko dibantu semua jajarannya untuk dapat selalu melakukan pembenahan seiring berkembangnya pola perilaku konsumen.

Beberapa perkembangan yang dilakukan toko busana Duta Mode Jepara dalam memberikan yang terbaik untuk konsumennya dapat dilihat dari adanya banyak produk yang dijual dengan harga discount, renovasi perluasan area toko agar konsumen dapat memilih barang tanpa harus

berdasarkan, tersedianya pendingin suhu udara dan aroma wewangian agar konsumen betah berlama-lama didalam toko dan kebersihan serta kerapian barang yang dijual. Tujuan didirikannya toko busana ini adalah untuk memberikan kemudahan konsumen dalam berbelanja barang-barang kebutuhan maupun barang yang diinginkan dengan harga terjangkau dan kualitas yang bagus.

3. Struktur Organisasi

Dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Toko busana Duta Mode Jepara ditunjang oleh struktur organisasi dengan pembagian tugas yang jelas dan sesuai dengan keahlian yang di miliki karyawan. Struktur organisasi Toko Busana Duta Mode Jepara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Struktur Organisasi Toko Busana Duta Mode Jepara

Nama	Bagian
Hj. Jhon Helmi	Owner Pusat (Induk)
RonI Helmi	Jendral Manager
Mauzar S.p	Manager
Abdul Aziz	Kepala Keuangan/ Administrasi
Riswanto	Kepala Counter Busana Pria
Andriyana	Kepala Counter Busana Wanita
Anggun R.N	Kepala Counter Busana Anak
Husni Tamrin	Kepala Counter Sepatu
Syaiful Misbah	Kepala Counter Tas dan Aksesoris
Sihab Fatahuddin	Kepala Gudang

4. Deskripsi Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini memiliki tujuan sebagai gambaran kondisi responden yang sesungguhnya dalam memberikan informasi terkait dengan hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen. Karakteristik responden terbagi menjadi tiga jenis yaitu:

a. Usia Responden

Adapun data yang diolah peneliti berdasarkan usia responden Toko Busana Duta Mode Jepara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2**Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Presentase (%)
17-20 tahun	19	20%
21-30 tahun	71	74,7%
31-40 tahun	5	5,3%
Jumlah	95	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Dari keterangan tabel tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah berusia 21-30 tahun. Sedangkan prosentasi keseluruhan mulai dari usia 17-20 tahun terdapat sebanyak 19 responden atau 20%, sedangkan yang berusia 21-30 tahun sebanyak 71 responden atau 74,7% dan responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 5 responden atau 5,3%.

b. Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin responden pada toko busana Duta Mode Jepara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-Laki	25	26,3%
Perempuan	70	73,7%
Jumlah	95	100%

Sumber: Data Primer yang diolah 2020

Dari data tabel tersebut dapat diketahui jenis kelamin konsumen Toko Busana Duta Mode Jepara yang dijadikan sebagai responden. Jumlah responden laki-laki dan perempuan sesilihnya jauh sekali, karena memang banyak

konsumen perempuan sewaktu diadakannya penelitian. Responden laki-laki terdapat 25 orang setara 26,3%, sedangkan responden perempuan terdapat sebanyak 70 orang atau 73,7%.

c. Penghasilan Responden

Berikut adalah data mengenai penghasilan responden Toko Busana Duta Mode Jepara adalah:

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah	Presentase (%)
Dibawah Rp.500.000	20	21,05%
Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	27	28,42%
Rp. 1.000.000- Rp. 2.000.000	37	38,95%
Lebih dari Rp. 2.000.000	11	11,58%
Jumlah	95	100%

Dari data tabel penghasilan dapat diketahui bahwa mayoritas penghasilan responden Toko Busana Duta Mode Jepara yaitu Rp.1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 37 orang dengan presentase 38,95%, responden dengan penghasilan Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000 sebanyak 27 orang atau 28,42%, responden dengan penghasilan dibawah Rp. 500.000 sebanyak 20 orang atau 21,05% dan responden yang berpenghasilan lebih dari Rp. 2.000.000 sebanyak 11 orang atau 11,58%. Rata-rata penghasilan konsumen Toko Duta Mode Jepara terbilang baik, hal ini dikarenakan mereka memiliki pekerjaan sehingga memiliki penghasilan yang cukup.

5. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan hasil jawaban dari beberapa responden berdasarkan kuesioner tentang *Price Discount*, *Store Environment* dan *In-Store Display* terhadap *Impulse Buying* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil dari Jawaban Responden

Variabel	Item	Total STS	Total TS	Total N	Total S	Total SS
<i>Price Discount</i> (X ₁)	X1.1	0	13	24	45	13
	X1.2	2	9	24	49	11
	X1.3	0	10	26	46	13
	X1.4	3	16	33	31	12
	X1.5	1	19	36	28	11
<i>Store Environment</i> (X ₂)	X2.1	0	15	16	53	11
	X2.2	0	6	24	59	6
	X2.3	0	4	27	49	15
	X2.4	0	4	28	52	11
	X2.5	0	4	32	48	11
<i>In-Store Display</i> (X ₃)	X3.1	1	10	17	49	18
	X3.2	0	6	32	43	14
	X3.3	0	9	31	46	9
	X3.4	0	10	21	52	12
	X3.5	0	10	26	46	13
<i>Impulse Buying</i> (Y)	Y.1	0	12	35	39	9
	Y.2	0	10	22	51	12
	Y.3	0	4	22	62	7
	Y.4	0	8	41	37	9
	Y.5	0	4	24	51	16

Sumber: Data primer yang di olah 2020

a. Variabel *Price Discount*

Berdasarkan data variabel *price discount* yang berisi 5 item pernyataan dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju ada 60, setuju 199, netral 143, tidak setuju 67 dan sangat tidak setuju 6. Sehingga dari data mengenai adanya *price discount* yang diberlakukan oleh Toko Busana Duta Mode Jepara kebanyakan responden setuju. Dengan adanya *price discount* dari segi pengurangan harga yang lebih rendah dari harga asli sangat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian secara impulsif.

b. Variabel *Store Environment*

Berdasarkan hasil data variabel *store environment* yang berisi 5 item pernyataan dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju ada 54, setuju 216, netral 127, tidak setuju 33 dan sangat tidak setuju 0. Kebanyakan responden menjawab bahwa mereka setuju terhadap variabel *store environment*. Sehingga dengan adanya *store environment* yang dikelola dan diperhatikan dengan baik mulai dari segi lingkungan fisik maupun segi lingkungan eksternal konsumen di Toko Busana Duta Mode Jepara sangat mempengaruhi emosi konsumen sampai pada akhirnya melakukan pembelian secara impulsif.

c. Variabel *In-Store Display*

Berdasarkan data variabel *in-store display* yang berisi 5 item pernyataan dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju ada 66, setuju 236, netral 127, tidak setuju 45 dan sangat tidak setuju 1. Sehingga adanya *in-store display* dalam keadaan tertata dengan rapi yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen dapat menarik perhatian mereka dalam berbelanja serta dapat memicu adanya pembelian impulsif konsumen.

d. Variabel *Impulse Buying*

Berdasarkan data pada variabel *impulse buying* yang berisi 5 item pernyataan dapat diketahui responden yang menjawab sangat setuju ada 53, setuju 240, netral 120, tidak setuju 38 dan sangat tidak setuju 0. Dari data kuesioner tersebut responden menjawab setuju ada 240 orang. Pembelian impulsif terjadi karena adanya pengaruh desakan emosional dalam berbelanja secara cepat. Responden menyadari bahwa mereka tidak dapat menolak keinginan tersebut dan sering kali melakukan *impulse buying*.

B. Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji valid tidaknya suatu kuesioner. Dinyatakan valid jika hasil pernyataan mampu mewakili jawaban dari reponden mengenai variabel yang diteliti. Dalam pengujian validitas instrumen dibantu dengan program SPSS 16 untuk menentukan apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Untuk mengetahui valid tidaknya kuesioner maka bisa diketahui dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Adapun hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected item-total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Price Discount</i> (X ₁)	X1.1	0,606	0,361	Valid
	X1.2	0,670	0,361	Valid
	X1.3	0,813	0,361	Valid
	X1.4	0,771	0,361	Valid
	X1.5	0,679	0,361	Valid
<i>Store Environment</i> (X ₂)	X2.1	0,615	0,361	Valid
	X2.2	0,702	0,361	Valid
	X2.3	0,861	0,361	Valid
	X2.4	0,792	0,361	Valid
	X2.5	0,721	0,361	Valid
<i>In-Store Display</i> (X ₃)	X3.1	0,843	0,361	Valid
	X3.2	0,950	0,361	Valid
	X3.3	0,853	0,361	Valid
	X3.4	0,863	0,361	Valid
	X3.5	0,795	0,361	Valid
<i>Impulse Buying</i> (Y)	Y.1	0,868	0,361	Valid
	Y.2	0,871	0,361	Valid
	Y.3	0,879	0,361	Valid
	Y.4	0,874	0,361	Valid

	Y.5	0,665	0,361	Valid
--	-----	-------	-------	-------

Sumber: Data Primer yang diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas pada variabel independen maupun variabel dependen adalah sebagai berikut:

1) *Price Discount*

Pada variabel *Price Discount* terdiri dari lima item pernyataan dimana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan berilai positif.

2) *Store Environment*

Pada variabe *Store Environment* terdiri dari lima item pernyataan dimana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan berilai positif.

3) *In-Store Display*

Pada variabe *In-Store Display* terdiri dari lima item pernyataan dimana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan berilai positif.

4) *Impulse Buying*

Pada variabe *Impulse Buying* terdiri dari lima item pernyataan dimana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan berilai positif.

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur seberapa reliabel indikator pada tiap variabel yang terdapat dalam kuesioner. Instrumen pada variabel dapat dikatakan reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach Alpha (α) $> 0,60$. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reability Coefficients	Alpha	Keterangan
<i>Price Discount</i> (X ₁)	5 item	0,738	Reliabel
<i>Store Environment</i> (X ₂)	5 item	0,782	Reliabel
<i>In-Store Display</i> (X ₃)	5 item	0,913	Reliabel
<i>Impulse Buying</i> (Y)	5 item	0,885	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Berdasarkan tabel uji reliabilitas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai Cronbach Alpha (α) > 0,60 yang artinya semua variabel X₁, X₂, X₃ dan Y dapat dikatakan reliable.

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan alat untuk menguji seberapa besar pengaruh secara simultan variabel independen yaitu *price discount*, *store environment*, *in-store display* dengan variabel dependen yaitu *impulse buying* di Toko Busana Duta Mode Jepara.

Tabel 4.8
Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.628	1.423		1.144	.255
Price Discount (X ₁)	.130	.059	.147	2.189	.031

Store Environment (X2)	.174	.087	.152	2.005	.048
In-Store Display (X3)	.604	.067	.658	9.070	.000

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Dari hasil uji regresi berganda diatas, dapat diketahui koefisien variabel bebas $X_1 = 0,130$, $X_2 = 0,174$, $X_3 = 0,604$ dan konstanta sebesar 1,628. Model persamaan regresi yang diperoleh yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_{1x1} + b_{2x2} + b_{3x3} + e$$

$$Y = 1,628 + 0,130X_1 + 0,174X_2 + 0,604X_3 + e$$

Dimana:

- 1) Nilai konstanta sebesar 1,628, sehingga tanpa adanya pengaruh dari tiga variabel (X), maka variabel (Y) memiliki nilai sebesar konstanta tersebut 1,628.
- 2) Koefisien regresi pada variabel independen *price discount* sebesar 0,130. Ini menyatakan apabila terjadi kenaikan *price discount* sebesar 100% maka akan meningkatkan *impulse buying* konsumen di Toko Busana Duta Mode Jepara sebesar 13%.
- 3) Koefisien regresi pada variabel independen *store environment* sebesar 0,174. Ini berarti setiap terjadi kenaikan *store environment* sebesar 100% maka dapat meningkatkan *impulse buying* konsumen di Toko Busana Duta Mode Jepara sebesar 17,4%.
- 4) Koefisien regresi pada variabel independen *in-store display* sebesar 0,604. Ini menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan *in-store display* sebesar 100% maka meningkatkan juga *impulse buying* konsumen di Toko Busana Duta Mode Jepara sebesar 60,4%.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan sebagai alat ukur dalam menerangkan variabel dependen yang mampu dijelaskan variabel independen.

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 ^a	.663	.652	1.846

a. Predictors: (Constant), In-Store Display (X3), Price Discount (X1), Store Environment (X2)

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Diperoleh data hasil pengujian nilai koefisien korelasi (R) adalah 814, sedangkan R square (R^2) sebesar 0,663. Itu artinya 66,3% perubahan peningkatan *impulse buying* konsumen di Toko Busana Duta Mode Jepara dapat dijelaskan melalui variabel *price discount*, *store environment* dan *in-store display* dan sisanya bisa jadi dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian.

c. Uji F

Uji F digunakan dalam menguji variabel independen secara bersama-sama apakah berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Tabel distribusi F dicari derajat pada derajat kebebasan (df) = $n-k-1$. Sehingga F_{tabel} diperoleh $df = (95-3-1)$ dengan nilai signifikansi 5% adalah 2,705. Karena nilai F_{hitung} bernilai positif. Maka dikatakan berpengaruh jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$. Dengan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Variabel independen *price discount*, *store environment* dan *in-store display* tidak

berpengaruh terhadap variabel dependen *impulse buying* secara parsial.

H_a : Variabel independen *price discount*, *store environment* dan *in-store display* berpengaruh terhadap variabel dependen *impulse buying* secara parsial.

Tabel 4.10
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	610.291	3	203.430	59.704	.000 ^a
	Residual	310.067	91	3.407		
	Total	920.358	94			

a. Predictors: (Constant), In-Store Display (X3), Price Discount (X1), Store Environment (X2)

b. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Berdasarkan hasil uji F diatas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 59,704 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Ini artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($59,704 > 2,705$) dan tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel independen secara simultan dan signifikan memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen di Toko Busana Duta Mode Jepara.

d. Uji t (Parsial)

Tujuan dilakukannya uji parsial (t) merupakan untuk mengetahui apakah dalam regresi variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dalam tabel distribusi t dicari derajat kebebasan $df = n - k - 1$. Sedangkan t_{tabel} diperoleh $df = (95 - 3 - 1)$ dengan signifikan 5% adalah 1,986. Dengan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Variabel *price discount*, *store environment* dan *in-store display* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying* secara parsial.

H_a : Variabel *price discount*, *store environment* dan *in-store display* berpengaruh terhadap *impulse buying* secara parsial.

Berikut ini merupakan hasil perhitungan data di SPSS ver.16 mengenai uji t (parsial):

Tabel 4.11
Tabel Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.628	1.423		1.144	.255
	Price Discount (X1)	.130	.059	.147	2.189	.031
	Store Environment (X2)	.174	.087	.152	2.005	.048
	In-Store Display (X3)	.604	.067	.658	9.070	.000

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Sumber: Data primer diolah 2020

- 1) Pengaruh *price discount* terhadap *impulse buying*
 Nilai signifikansi variabel $0,031 < 0,05$. Serta nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,189 > 1,986$). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *price discount* berpengaruh terhadap *impulse buying*. Sehingga dalam pernyataan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa variabel *price discount* mempengaruhi *impulse buying* secara parsial.
- 2) Pengaruh *store environment* terhadap *impulse buying*
 Nilai signifikansi variabel $0,048 < 0,05$. Serta nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,005 > 1,986$). Sehingga dapat disimpulkan *store environment* memiliki pengaruh terhadap *impulse buying*. Sehingga dalam

pernyataan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel independen *store environment* mempengaruhi *impulse buying* secara parsial.

- 3) Pengaruh *in-store display* terhadap *impulse buying* Nilai signifikansi variabel $0,000 < 0,05$. Serta nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,070 > 1,986$). Sehingga dapat disimpulkan *in-store display* berpengaruh terhadap *impulse buying*. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka pernyataan dari variabel *in-store display* mempengaruhi *impulse buying* secara parsial.

C. Pembahasan

Dari seluruh uji yang dilakukan maka dapat diketahui bahwa hasil penelitian ini menunjukkan variabel independen (*Price discount, store environment dan in-store display*) yang terdapat di toko busana Duta Mode Jepara memiliki pengaruh terhadap *impulse buying* ditinjau melalui pendekatan strategi pemasaran.

1. Pengaruh *price discount* terhadap *impulse buying* (Studi Kasus di Toko Busana Duta Mode Jepara)

Berdasarkan data yang telah diolah oleh peneliti, memperoleh hasil pengujian pada variabel *price discount* yang menunjukkan nilai sig. $< 0,05$ yaitu $0,031$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($2,189 > 1,986$). Maka *price discount* terbukti berpengaruh secara positive dan signifikan terhadap *impulse buying*. Sehingga penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agustina Setiyowati dan Dwi Hastjarja Kustijana pada tahun 2017 tentang Pengaruh Price Discount, In-Store Display dan Sales People Terhadap Pembelian Impulsif dengan Impulse Buying Tendency sebagai Variabel Moderat yang menyatakan bahwa *price discount* berpengaruh positive dan signifikan terhadap *impulse buying*. Sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa adanya kegiatan *price discount* yang diterapkan oleh Duta Mode Jepara dengan memberikan potongan

harga sebanyak 20% sampai dengan 50% dari harga aslinya dapat memicu pembelian lebih banyak oleh konsumen.

2. Pengaruh *store environment* terhadap *impulse buying* (Studi Kasus di Toko Busana Duta Mode Jepara)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan peneliti, diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan nilai sig. < 0,05 yaitu 0,048 dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($2,005 > 1,986$). Sehingga variabel independen *store environment* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen *impulse buying*. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Raditya Kirana Rianto,dkk pada tahun 2018 tentang Pengaruh Store Environment Terhadap Shopping Emotion dan Impulse Buying pada Konsumen Vargo Kitchen Malang yang menyatakan bahwa *store environment* berpengaruh positif signifikan terhadap *impulse buying*. Dari penelitian melalui variabel independen ini dapat disimpulkan bahwa *store environment* yang ada di Duta Mode Jepara dari segi suhu udara, ketersediaan beraneka macam barang serta pelayanan pramuniaga yang ramah menjadi faktor pendukung adanya *impulse buying*. Dikarenakan konsumen merasa nyaman ketika berada didalam toko.

3. Pengaruh *in-store display* terhadap *impulse buying*(Studi Kasus di Toko Busana Duta Mode Jepara)

Berdasarkan data yang diolah sehingga memperoleh hasil pengujian yang telah dilakukan peneliti, bahwa *in-store display* terbukti berpengaruh secara simultan maupun secara parsial terhadap *impulse buying*. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Putu Widya Artana,dkk pada tahun 2019 tentang Pengaruh *Store Atmosfer, Display Product* dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* pada Indomaret di Kota Denpasar yang menyatakan bahwa In-Store

Display berpengaruh signifikan pada pembelian impulsif. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji yang menunjukkan nilai sig. $< 0,05$ yaitu $0,000$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($9,070 > 1,986$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *in-store display* yang diberikan oleh peritel berupa informasi yang tergantung ditoko dan pemajangan produk yang menghadap keluar dapat menstimulus konsumen untuk berkunjung kedalam toko dan melakukan transaksi .

4. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel (*price discount*, *store environment* dan *in-store display*) terbukti berpengaruh terhadap *impulse buying* yaitu sebesar $66,3\%$. Sehingga dapat dikatakan bahwa *price discount*, *store environment* dan *in-store display* yang ada di Duta Mode Jepara berpengaruh serentak terhadap *impulse buying*. Dari ketiga variabel tersebut yang sangat berpengaruh terhadap *impulse buying* adalah variabel *in-store display* karena menunjukkan tingkat signifikan $.000$, dengan adanya penataan produk yang tepat maka akan menstimulus konsumen untuk melakukan pembelian secara impulsif. Sedangkan variabel kedua yaitu *price discount* dengan tingkat signifikan $.031$, dengan pemberian potongan harga membuat konsumen lebih loyal terhadap toko sehingga melakukan pembelian produk lebih banyak . Dan variabel yang terakhir adalah *store environment* dengan nilai signifikansi $.048$, dibandingkan dengan variabel yang lain *store environment* memiliki hasil yang signifikan namun tidak begitu mempengaruhi konsumen, sehingga perlu adanya peningkatan bagi peritel agar konsumen merasa lebih nyaman berada didalam toko.