

Pengaruh Suasana Toko, Tampilan Produk, Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Spontan (Studi Pada Konsumen Indomaret)

Dini Eviyana¹⁾, Era Agustina Yamini

^{1,2}Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

Email: ¹dinieviyana10@gmail.com, ²eraagustina@unisayogya.ac.id

Abstrak

Latar belakang: Berdasarkan data Indomaret.co.id, jumlah gerai Indomaret pada tahun 2021 sejumlah 18.603 gerai yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia. Pada tahun 2017 Indomaret mengalami kenaikan penjualan mencapai 16%. Salah satu yang dilakukan Indomaret dalam melakukan persaingan industri ritel dengan cara memperbesar pembelian spontan yang dilakukan oleh konsumen. Tujuan: Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko, tampilan produk, dan potongan harga terhadap pembelian spontan di Indomaret. Metode penelitian: peneliti ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan menggunakan pendekatan purposive sampling. Subjek penelitiannya adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Indomaret secara langsung, sebanyak 150 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Tahapan diawali uji validasi dan reliabilitas menggunakan spss 22.0. Uji prasayarat analisis meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi. Hasil penelitian: Menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh yang signifikan suasana toko terhadap pembelian spontan, (2) terdapat pengaruh yang signifikan tampilan produk terhadap pembelian spontan, (3) tidak terdapat pengaruh yang signifikan potongan harga terhadap pembelian spontan, (4) terdapat pengaruh yang signifikan suasana toko, tampilan produk, potongan harga secara simultan terhadap pembelian spontan.

Kata Kunci : *Suasana Toko, Tampilan Produk, Potongan Harga, Pembelian Spontan*

Abstract

Background: Based on data from Indomaret.co.id, the number of Indomaret outlets in 2021 are 18,603 outlets spread throughout Indonesia. In 2017, Indomaret had a 16% increase in sales. One of the strategies done by Indomaret in competing in the retail industry is by increasing spontaneous purchases made by consumers. Objective: This study aims to determine the effect of store atmosphere, product display, and discounts on spontaneous purchases at Indomaret. Method: This research employed quantitative method using multiple linear regression analysis. The sampling technique used was non-probability sampling by using a purposive sampling approach. The research subjects were all consumers who shopped directly at Indomaret, as many as 150 respondents. Data collection techniques was done by using a questionnaire. The stages began with validation and reliability tests using SPSS 22.0. Prerequisite analysis test included normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test. Result: The results of the study show that (1) there is a significant effect of store atmosphere on spontaneous purchases, (2) there is a significant effect of product display on spontaneous purchases, (3) there is no significant effect of discounts on spontaneous purchases, (4) there is a significant effect of store atmosphere, product display, and simultaneous discounted prices on spontaneous purchases.

Keywords : *Store Atmosphere, Product Display, Discount, Spontaneous Purchase*

Pendahuluan

Pertumbuhan industri ritel modern ditengah air yang saat ini berada dikisaran 7%-9% masih belum ideal, pertumbuhan yang ideal bagi industri ritel modern adalah pertumbuhan yang mencapai 300%-400% dari pertumbuhan ekonomi nasional yang saat ini berada diangka 5,02% namun pertumbuhan industri ritel modern diIndonesia masih jauh lebih baik dibandingkan dengan Negara lain yang negative alias minus. Hal tersebut terlihat dari kontribusi industry ritel modern terhadap pendapatn domestic bruto (PDB) Indonesia yang mencapai 10,41% dengan nilai Rp 1.544 triliun dan tingkat pertumbuhan konsumsi selama 5 tahun terakhir berada 5%-7%. Menurut Ariadin (2021) dukungan dan dorongan penuh dari pemerintah menjadi sangat penting untuk bisa bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar. *Low economic problems are associated with low income and increased unemployment due to low levels of education (Juhari et al., 2022)*. Yang artinya masalah ekonomi yang rendah dikaitkan dengan pendapatan yang rendah dan peningkatan pengangguran karena rendahnya tingkat pendidikan. Menurut Wulandari dkk. (2022) Ekonomi pun terus didukung dengan keberadaan Bisnis dan UMKM. Meski banyak tantangan, pasar global harus dihadapi oleh Pengusaha Indonesia (Wulandari dkk,2021)

Bisnis ritel adalah salah satu aktivitas usaha yang menjual barang-barang kebutuhan baik dalam bentuk produk dan jasa yang ditunjukkan pada konsumen untuk kebutuhan pribadi atau keluarga, bukan untuk keperluan bisnis (Tjiptono, 2016: 258). Menurut Hafni (2020) Permasalahan modal timbul karena tidak adanya titik temu UMKM sebagai debitor dan pihak kreditor. Indonesia berada di peringkat 12 dunia dalam indeks Pembangunan Ritel Global (GRDI) yang merupakan tingkat pertumbuhan ritel tertinggi yang pernah di capai Indonesia (<https://ekbis.sindonews.com>).

Humans are intellectual beings because God gave them brains that are genuinely extraordinary creations with character and morality (Retnaningdiah et al., 2023). Yang artinya manusia adalah makhluk intelektual karena Tuhan memberi mereka otak yang tulus kreasi luar biasa dengan karakter dan moralitas. Sesuai perkembangan zaman, manusia mampu menciptakan berbagai ide yang memudahkan aktivitas manusia salah satunya dengan pemanfaatan *financial technology*. Bisnis ritel Indomaret pun menangkap peluang tersebut dan memberikan kemudahan bagi konsumennya. Menurut Rohmah dkk.(2022) kegiatan penyuluhan dan simulasi dapat meningkatkan pengetahuan. Untuk memudahkannya konsumen Indomaret diberikan simulasi atau tutorial yang memudahkan bertransaksi menggunakan handphone. *This payment portal aims to facilitate and speed up the payment process or transactions via online. Thus, the public in making payments through just one portal via smartphone (Safitri et al., 2020)*. Yang artinya Portal pembayaran ini bertujuan untuk memudahkan dan mempercepat proses pembayaran atau transaksi melalui online. Menurut Safitri (2023) transaksi yang dapat dilakukan melalui handphone atau internet antara lain transaksi finansial dan nonfinansial. Dengan demikian, masyarakat dalam melakukan pembayaran hanya melalui satu portal yaitu melalui smartphone. Salah satu strategi yang dilakukan bisnis ritel untuk perilaku pembelian spontan seperti harga produk yang murah dan memberikan harga diskon, dengan cara memasarkan produk dengan menarik, sehingga konsumen tertarik serta dapat menimbulkan pembelian spontan. Menurut Hafni (2022) Pengelolaan keuangan yang profesional dan optimal memerlukan proses manajemen keuangan dengan sebaik mungkin. Menurut Musoli (2021) Seorang pemimpin memiliki otoritas dalam merencanakan, mengarahkan, mengkoordinasikan, dan mengawasi perilaku karyawan sesuai dengan fungsi dari manajemen. *Providing education, training, and mentoring is a business management requirement to increase work competence and individual competence by improving product quality and creative and innovative human resources (Hidayat et al., 2023)*. Yang Artinya Pemberian pendidikan, pelatihan, dan pendampingan merupakan kebutuhan manajemen usaha untuk meningkatkan kompetensi kerja dan kompetensi individu melalui peningkatan kualitas produk dan sumber daya manusia yang

kreatif dan inovatif.

Perputaran ekonomi diakibatkan pembelian di masyarakat (Safitri dkk,2020). Suasana toko merupakan lingkungan dalam dan luar toko yang beberapa diantaranya adalah pencahayaan, warna, musik yang dibuat sedemikian rupa oleh para pengusaha untuk mempengaruhi konsumen (Ratnasari dkk, 2015). Penataan suasana toko dapat menimbulkan beberapa manfaat seperti membantu menarik perhatian konsumen, menggerakkan reaksi dan emosi konsumen, dan memperhatikan konsumen seperti apa yang disasar agar bisa menentukan positioning sebuah toko (Santosa, 2014).

Menurut Safitri (2023) analisis SWOT (Strenghts, Weaknesses,Opportunities dan Threats. Dimana dapat memberikan gambaran dari manajemen strategi Indomaret. *Companies that have an entrepreneurial mindset constantly strive to create novel, cutting-edge products and have the guts to take chances (Samsudin et al.,2022)*. Yang artinya Perusahaan itu memiliki pola pikir kewirausahaan yang senantiasa berusaha untuk menciptakan produk baru, mutakhir, dan dimiliki keberanian untuk mengambil risiko. *Individual performance is a strategic issue in organizations (Samsudin et.al 2020)*. Yang artinya kinerja individu merupakan isu strategis di organisasi.

Berdasarkan uraian diatas, maka judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh suasana Toko, Tampilan Produk, Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Spontan

Landasan Teori

1. Pemasaran

The existence of philosophy in management science is the root of the emergence of various management theories (Retnaningdiah et al., 2023). Yang artinya Adanya filsafat dalam manajemen ilmu pengetahuan merupakan akar munculnya berbagai macam hal teori manajemen. *Philosophy serves as the basis and direction of scientific development to truth and objectivity (Sugiyanto et al., 2022)*. Yang artinya filsafat berfungsi sebagai landasan dan arah pengembangan ilmu pengetahuan menuju kebenaran dan objektivitas. Pemasaran menghasilkan pendapatan yang dikelola oleh orang-orang keuangan dan kemudian didayagunakan oleh orang-orang produksi untuk menciptakan produk dan jasa, Abdullah dan Tantri (2015). *Business strategy and entrepreneurial mindset are thought to be able to boost a company's performance (Pahlevi et al., 2022)*. Yang artinya Strategi bisnis dan pola pikir wirausaha dianggap mampu meningkatkan kinerja suatu perusahaan. Menurut Firdaus (2023) Loyalitas itu sendiri menggambarkan suatu perilaku yang diharapkan dan hal ini berhubungan dengan produk/barang atau jasa. Menurut Masruro (2022) ekonomi makro mempengaruhi organisasi. Menurut Sugiyanto (2020) pemimpin sangat menentukan dinamika organisasi.

2. Suasana Toko

Menurut Rahmadana (2016), Suasana Toko merupakan lingkungan gerai atau tokoyang didesain sedemikian rupa melalui pencahayaan, musik, warna, penciuman, dan komunikasi visual yang dapat digunakan untuk mendorong perilaku berbelanja seseorang. Menurut katarika dan syahputra (2017), Suasana Toko adalah kombinasi karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata ruang, papan tanda dan pajangan, pewarnaan, pencahayaan, suhu udara, suara dan aroma, dimana semua itu bekerja bersama-sama untuk menciptakan citra perusahaan di dalam benak pelanggan

3. Tampilan Produk

Display adalah usaha yang dilakukan untuk menata barang yang mengarah pembeli agar tertarik untuk melihat dan memutuskan untuk membelinyaMenurut Rahmadana (2016), untuk

mendapatkan tampilan produk yang baik harus memperhatikan indicator-indikator sebagai berikut: 1) *Interior Display*, 2) *Eksterior Display*, 3) *Window Display*. Menurut Yamini (2022) Riset pemasaran telah menganalisis perilaku konsumen pada berbagai sektor, seperti sektor industri bank, bahan bakar, penerbangan dan industri lainnya.

4. Pembelian Spontan

Communication has an important role in creating or realizing the duality of structuration (Rasyid et al., 2022). Yang artinya komunikasi mempunyai peranan penting dalam menciptakan atau mewujudkan dualitas strukturasi. Komunikasi merupakan sarana promosi yang akan menimbulkan pembelian spontan. Menurut Yamini (2022) Pembelian spontan merupakan fenomena yang telah lama dikenal dan menjadi bagian dari bidang pemasaran, baik secara konseptual maupun praktis. Pembelian spontan adalah tindakan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yang berbeda dari yang telah direncanakan sebelumnya yang mana perilaku ini sering muncul karena disebabkan oleh berbagai rangsangan dan asumsi dasar yang dilakukan oleh pemasaran pada suatu toko (Pontoh dkk, 2017). *Basic assumptions derived from values, they occur automatically and are out of their consciousness (Suyatno et al., 2022)*. Yang artinya Asumsi dasar yang berasal dari nilai-nilai, terjadi secara otomatis dan di luar dugaannya kesadaran.

5. Hipotesis

H1: Suasana toko berpengaruh signifikan terhadap pembelian spontan.

H2: Tampilan produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian spontan.

H3: Potongan harga berpengaruh signifikan terhadap pembelian spontan

H4: Suasana toko, tampilan produk, dan potongan harga berpengaruh signifikan terhadap pembelian spontan.

Metode Penelitian

Menurut Safitri (2023) Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kausal asosiatif (causal associative research). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret. Terlebih di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mempunyai berbagai potensi (Suyatno, 2022). Sedangkan untuk pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu teknik *purposive sampling*. Menurut Musoli (2020) Pengukuran model akan menggunakan validitas untuk menguji indikator tersebut. Menurut Rahmawati (2022) Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Menurut Rahmawati (2020) evaluasi kegiatan dilakukan dengan mengumpulkan dan menyimpulkan data dari masing-masing tahapan kegiatan. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang digunakan untuk membantu penelitian ini adalah:

1. Responden yang telah berbelanja di Indomaret
2. Responden yang berbelanja secara langsung atau offline ke Indomaret
3. Responden yang berusia 17-40 Tahun

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	keterangan
Suasana toko	1	0,397	0.135	Valid
	2	0,440	0.135	Valid
	3	0,366	0.135	Valid
	4	0,308	0.135	Valid
	5	0,401	0.135	Valid
Tampilan Produk	6	0,425	0.135	Valid
	7	0,450	0.135	Valid
	8	0,473	0.135	Valid
	9	0,393	0.135	Valid
	10	0,456	0.135	Valid
Potongan Harga	11	0,442	0.135	Valid
	12	0,543	0.135	Valid
	13	0,417	0.135	Valid
	14	0,417	0.135	Valid
	15	0,332	0.135	Valid
Pembelian Spontan	16	0,465	0.135	Valid
	17	0,500	0.135	Valid
	18	0,469	0.135	Valid
	19	0,343	0.135	Valid
	20	0,447	0.135	Valid

Berdasarkan uji reliabilitas nilai masing-masing *Cronbach Alpha* 0,60 yang menunjukkan semua instrumen reliable, yang berarti bisa dipergunakan melakukan penelitian.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Suasana Toko	0,629	Reliable
Tampilan Produk	0,685	Reliable
Potongan Harga	0,676	Reliable
Pembelian Spontan	0,690	Reliable

Sumber: Data *primer* yang diolah, 2021

Analisis ini mengacu pada hasil pengaruh suasana toko, tampilan produk, dan potongan harga yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan distribusi tersebut. Uji regresi linear berganda menggunakan SPSS 22.0 dengan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,776 + 0,415 X_1 + 0,604 X_2 + 0,014X_3 + e$$

- 1) Nilai konstanta sebesar -776, berarti jika variabel suasana toko, tampilan produk, dan potongan harga nilainya 0, maka pembelian spontan adalah -776.
- 2) $b_1 = 0,415$ artinya setiap perubahan suasana toko mengalami kenaikan 1% maka pembelian spontan meningkat 0,415.
- 3) $b_2 = 0,604$ artinya setiap perubahan tampilan produk mengalami kenaikan 1% maka pembelian spontan meningkat 0,604
- 4) $b_3 = 0,014$ artinya setiap perubahan potongan harga mengalami kenaikan 1% maka pembelian spontan meningkat 0,014.

Koefisien Determinasi atau R²

Dari hasil output SPSS menunjukkan besaran nilai Adjusted R Square yakni sebesar 0.810 atau 81%. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko, tampilan produk, potongan harga mempunyai kontribusi terhadap pembelian spontan.

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902 ^a	.814	.810	.840

Uji persial T

Tabel 5 Hasil Uji Parsial

Variabel	Standardized Coefficients Beta	T	Sign
Suasana Toko (X1)	406	8.276	000
Tampilan Produk (X2)	582	12.317	000
Potongan Harga (X3)	016	353	725

Dalam ketiga variabel yang dimasukkan dalam model regresi, kedua variabel diantaranya yakni suasana toko, tampilan produk memiliki nilai signifikan masing 0.000, yang artinya kedua variabel tersebut adalah signifikan dikarenakan nilai sig < 0.05. sedangkan variabel potongan harga tidak signifikan dikarenakan lebih besar dari 0.05 (0.725 > 0.05).

Uji simultan F

Tabel 6 Hasil Uji Simultan F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	450.514	3	150.171	212.949	.000 ^b
1 Residual	102.959	146	.705		
Total	553.473	149			

a. Dependent Variable: Pembelian Spontan

b. Predictors: (Constant), Potongan Harga, Tampilan Produk, Suasana Toko

Hasil tabel diatas diperoleh nilai F hitung sebesar $212.949 > F$ tabel 2,66. Dengan taraf signifikansi 0.000 dengan menggunakan batas signifikansi 0.05. Hal ini berarti nilai F hitung > besar dari F tabel ($212.949 > 2.66$). Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Suasana toko, tampilan produk, dan potongan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pembelian spontan”.

Pembahasan

1. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Spontan

Menurut Safitri (2021) Sumber daya material dapat berupa sarana fisik dan dana yang bersumber dari berbagai pihak internal maupun eksternal. Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t pada tabel dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji t pada suasana toko menunjukkan nilai sebesar 0.000, oleh karena <0.05 maka H_0 ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa suasana toko mempunyai pengaruh signifikan terhadap pembelian spontan pada konsumen indomaret. Pengaruh Tampilan Produk Terhadap Pembelian Spontan

Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t pada tabel dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji pada tampilan produk menunjukkan nilai sebesar 0.000, oleh karena <0.05 maka H_0 ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa tampilan produk mempunyai pengaruh signifikansi terhadap pembelian spontan pada konsumen indomaret. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mithiah dkk (2018) menyatakan bahwa tampilan produk berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian spontan.

2. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Spontan

Berdasarkan hasil uji persial pada tabel dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada potongan harga menunjukkan nilai $0.725 > 0.05$. Maka H_0 diterima. Berdasarkan hasil ini dapat dikatakan bahwa potongan harga tidak mempunyai pengaruh signifikansi terhadap pembelian spontan pada konsumen di indomaret.

3. Pengaruh Suasana Toko, Tampilan Produk Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Spontan

Berdasarkan hasil uji simultan seperti yang dapat dilihat pada tabel, memperoleh hasil nilai signifikan f terhadap variabel suasana toko, tampilan produk, dan potongan harga sebesar 0.000. berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa suasana toko, tampilan produk da potongan harga mempunyai pengaruh signifikansi terhadap pembelian spontan pada konsumen di indomaret.

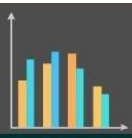
Simpulan

Berdasarkan hasil di atas dapat disimpulkan bahwa,

1. Terdapat pengaruh yang signifikansi antara suasana toko terhadap pembelian spontan di Indomaret. Semakin tinggi suasana toko yang diberikan, akan semakin tinggi pula pembelian spontan di Indomaret. Hal ini dibuktikan oleh hasil signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara tampilan produk terhadap pembelian spontan di Indomaret. Hal ini dibuktikan oleh hasil signifikansi sebesar $0,000 < 5$.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2015) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- B, Juhari Sasmito Aji, Dian Retnaningdiah, And Kemala Hayati. (2022). The Dynamics of Governance of Village-Owned Enterprise (Bumdes) Amarta in Strengthening the Economy of the Pandowoharjo Village Community During the Covid-19 Pandemic. *Proceedings Of The International Conference On Sustainable Innovation On Humanities, Education, And Social Sciences (ICOSI-HESS 2022)*. Atlantis Press.
- Firdaus, Mohammad Feizal, dan Era Agustina Yamini. (2023). Pengaruh Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Sandal Merek Eiger. *Ulil Albab : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2(3): 1154–60.
- Hafni, Diska Arliena, And Fitri Maulidah Rahmawati. (2020) Aksesibilitas Permodalan Perbankan Bagi Wirausahawan Difabel Di D.I Yogyakarta Untuk Mewujudkan Ekonomi Inklusi. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 17(2): 130–41.
- Hafni, Diska Arliena, And Fitri Maulidah Rahmawati. (2022). Pengelolaan Keuangan Pendidikan Pada Sekolah Dasar Di Masa Pandemi Covid-19. *Jamp : Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan* 5(2): 93–104.
- Hidayat, Anas et. al. (2023). Assessment : Problem And Solution At The Joho Village Convection Center , Sleman , Special Region Of Yogyakarta. *Asian Journal Of Community Services (AJCS)* 2(3): 287–300.
- Masruro Anas, Musoli. (2022). Pengaruh Stres Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Perawat Rs Pku Muhammadiyah Temanggung. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis* 8(2): 27–41.
- Ariadin, Muhammad, And Teti Anggita Safitri. (2021). Perilaku Manajemen Keuangan Pada Umkm Sentra Kerajinan Kayu Di Kabupaten Dompu. *Among Makarti* 14(1): 31–43.
- Musoli. (2021). Peran Kepemimpinan Perempuan, Motivasi Dan Disiplin Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)* 6(1): 64–88.
- Musoli, M Dan Era Agustina Yamini, (2020). Peran Etika Kerja Islam Dan Keterikatan Karyawan Dalam Meningkatkan Organizational Citizenship Behaviour. *Jbti : Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi* Vol.11, No.3
- Pahlevi, Reza Widhar, And Muhammad Agus Samsudin, Dian Retnaningdiah, Retno Kurnianingsih, Eko Prasoj. (2022). A Systematics Literature Review Of SMES Entrepreneurial Orientation: Bibliometric Analysis. *Management Analysis Journal* 1(2): 120–28.
- Pontoh Marcella Engelin, Sileyljeova Moniharapon Dan Ferdy Roring. (2017). Pengaruh Display Produk Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Matahari Departemen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*. 5 (2), ppl. 1823-1833.
- Rahmawati, F M, And T A Safitri. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Di Lingkungan Ranting 'Aisyiyah Tinalan Kotagede. *Proceeding Of The Urecol*: 218–20.
- Rahmawati, F. (2022). Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shodaqoh Muhammadiyah Grobogan. *Jurnal Ilmiah* 1(2): 199–205.



- Rasyid, Erwin, Fitri Maulidah Rahmawati, And Hari Akbar Sugiantoro. (2022). Communication Structuring In Aisyiyah's Empowerment Activities In Isolated Tribal Communities. *Komunikator* 14(2): 182–90.
- Retnaningdiah, Dian and Muafi. (2023). Production and Institutional Contribution to the Competitiveness of MSMEs: The Mediation Role of MSME Performance Based on Green Economy. *ICBT 2022: Digitalisation: Opportunities and Challenges for Business* pp 278–288. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-26953-0_27
- Retnaningdiah, Dian Et Al. (2023). A Literature Review : Future Prophetic Leadership. *Management Analysis Journal* Vol.12(1): 42–50.
- Rohmah, Fayakun Nur, Dittasari Putriana, And Teti Anggita Safitri. (2022). Berdayakan Masyarakat Cegah Stunting Dengan Mengolah Bahan Pangan Potensi Lokal. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi* 3(2): 114–17.
- Safitri, Teti Anggita, And Fitri Maulidah Rahmawati. (2023). Analisis SWOT Panti Asuhan Aisyiyah Putri Yogyakarta. *Community Developmet Journal Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai* 4(2): 1590–95.
- Safitri, Teti Anggita, And Rigel Nurul Fathah. (2021). Pelatihan Pembuatan Kreasi Masker Bagi Anak Panti Asuhan Putri Aisyiyah Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi* 7(2).
- Safitri, Teti Anggita, Rigel Nurul Fathah, Ika Afifah Nugraheni, And Dittasari Putriana. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Dan Marketing Online Di Panti Asuhan Aisyiyah. *Community Development Journal* 4(2): 1536–40.
- Safitri, Teti Anggita. (2020). The Development Of Fintech In Indonesia. *Proceedings Of The 1ST Borobudur International Symposium On Humanities, Economics And Social Sciences (Bis-Hess 2019)*. Atlantis Press 436: 666–70.
- Safitri, Teti Anggita. (2023). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Di Bank Bri Syariah. *Jurnal Lentera Bisnis* 12(1): 112.
- Samsudin, Agus, And Harjanto Prabowo. (2022). Community-Based Health Coverage At The Crossroad: The Muhammadiyah Health Fund In Indonesia. *Indonesian Journal Of Islam And Muslim Societies* 12(1): 111–38.
- Samsudin, Agus, Nopriadi Saputra, And Sri Bramantoro Abdinegoro. (2020). Authentic Leadership, Work Engagement And Performance: Looking Into A Healthcare Faith-Based Organization. *Advance In Economics, Business And Management Research* 160(ICBMR): 276–83.
- Sugiyanto, Sugiyanto, Analius Giawa, And Musoli Musoli. (2020). Kepemimpinan Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial Versus Konsep Wewenang Max Weber. *Empati: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* 9(1): 20–34.
- Sugiyanto Sugiyanto, Ardi Surwiyanta, Hermawan Prasetyanto, Musoli Musoli. (2022). Hotellogy - A New Branch Of Philosophy Of Science. *Journal Of Environmental Management And Tourism (JEMT)*
- Suyatno, Suyatno. (2022). Research And Development In Indonesia Strategy For Developing Organisational Culture In The Public Organisation Of Research And Development In Indonesia. *Advances In Social Sciences Research Journal* – 9(August).
- Suyatno. (2022). Kelembagaan Dan Potensi Lokal Dalam Mendukung Umkm Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Nusantara Hasana Journal* 1(11): 22–32.
- Tjiptono, Fandy & Diana.(2016). Pemasaran Esensi Dan Aplikasi. Yogyakarta.C.V Andi Offset.

Dini Eviyana, Era Agustina Yamini

Pengaruh Suasana Toko, Tampilan Produk Dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Spontan (Studi Pada Konsumen Indomaret)

- Wulandari, Retno, Diyah Candra Anita, And Hendrato Setiabudi Nugroho. (2022). Strategi Membangun Branding Usaha Ekspor Briket Arang Tempurung Kelapa Pada Ukm 'Briqco.' Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat: 98–104dkk..
- Yamini, E A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Spontan. *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1(4): 882–88.
- Yamini, Era Agustina. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Rumah Sakit Di Kota Yogyakarta. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 17(1): 131–40.