

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *BONUS PACK*
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING*.
(STUDI PADA INDOMARET DI KABUPATEN PONOROGO)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Nama : Himawan Roshadi Nazharudin

NIM : 16414160

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *BONUS PACK* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING*. (STUDI PADA INDOMARET DI KABUPATEN PONOROGO)



Nama : Himawan Roshadi Nazharudin
NIM : 16414160
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

TAHUN 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack* dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying*. (Studi Pada Indomaret Di Kabupaten Ponorogo)
Nama : Himawan Roshadi Nazharudin
NIM : 16414160
Tempat, tanggal lahir : Ponorogo, 18 Juni 1997
program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 30 Juni 2021

Pembimbing 1

(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)

NIDN. 0008057601

Pembimbing 2

(Edi Santoso, SE., MM)

NIDN. 0711037401

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)

NIK. 19760508 200501 11

Dosen pembimbing

(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)

NIDN. 0008057601

Dosen penguji

(Drs. Sujiono, MM)

NIDN. 0716065601

Penguji 1

Penguji 2

(Riawan, S.Pd., MM)

NIDN. 0705128502

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh *Price Discount* terhadap *Impulse Buying*, (2) Pengaruh *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying*, (3) Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying*, (4) Pengaruh secara simultan *Price Discount*, *Bonus Pack* dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying*. (Studi Pada Indomaret Di Kabupaten Ponorogo). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat yang berbelanja di Indomaret Ponorogo yang berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan dibantu dengan aplikasi SPSS versi 20.00.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga variabel yaitu *Price Discount*, *Bonus Pack* dan *Store Atmosphere* mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *Impulse Buying* di Indomaret Ponorogo. Pengaruh signifikan terbesar terhadap *Impulse Buying* pada konsumen Indomaret Ponorogo adalah pada variabel *Price Discount* dengan koefisien standar beta sebesar 0,375 kemudian diikuti oleh variabel *Bonus Pack* dengan koefisien beta sebesar 0,284 selanjutnya variabel *Store Atmosphere* dengan koefisien beta sebesar 0,235. Dari hasil analisis tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa *Price Discount* merupakan faktor paling dominan yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap kecenderungan konsumen melakukan *Impulse Buying* di Indomaret Ponorogo. Secara simultan ketiga variabel *Price Discount*, *Bonus Pack* dan *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap *Impulse Buying* di Indomaret sebesar 63,4%.

Kata Kunci : *Price Discount*, *Bonus Pack*, *Store Atmosphere*, dan *Impulse Buying*

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim,

Assalamualaikum wr.wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan segala limpahan rahmad, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul : “Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack* dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* (Studi Pada Indomaret Di Kabupaten Ponorogo)”. Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah syarat untuk menyelesaikan Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Peneliti menyadari dalam keberhasilan penyusunan skripsi ini peneliti mendapatkan bantuan dari beberapa pihak, maka dalam kesempatan ini penelitian menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan dalam proses penyusunan skripsi ini kepada:

1. Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang mendukung selama saya menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama saya menjadi bagian dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3. Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan, dan fasilitas selama saya menjadi bagian dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan, Edi Santoso, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, masukan serta semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak ibu dosen, serta para staf Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan banyak ilmu selama proses perkuliahan berlangsung.
6. Bapak dan Ibu Responden Indomaret Ponorogo yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian yang saya berikan.
7. Orang tua saya terimakasih banyak atas semua doa, semangat, dukungan, pengorbanan, dan kerja kerasnya semoga saya bisa membanggakan dan menjadi apa yang mereka harapkan.
8. Sahabat – sahabat seperkopian saya di warkop mbak nill yang senantiasa membantu dan menyemangati dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan semua dalam penulisan ini, terimakasih atas dukungan dan motivasi dari kalian semua, semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan kepada kalian semua.

Penulis meminta maaf kepada semua pihak karena penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat dan

dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan. Aamiin

Wassalamualaikum wr.wb.

Ponorogo, 30 Juni 2021

(Himawan Roshadi Nazharudin)



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Mudahkanlah urusan orang lain, maka akan dipermudah juga urusanmu oleh Allah"



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 30 Juni 2021



(Himawan Roshadi Nazharudin)

16414160



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO.....	vii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	
1. Tujuan penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Pemasaran	7
a. Pengertian Pemasaran	7
2. Perilaku Konsumen	
a. Pengertian Perilaku Konsumen	8
b. Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	9

3. <i>Price Discount</i>	
a. Pengertian <i>Price Discount</i>	11
b. Indikator <i>Price Discount</i>	12
4. <i>Bonus Pack</i>	
a. Pengertian <i>Bonus Pack</i>	12
b. Indikator <i>Bonus Pack</i>	23
5. <i>Store Atmosphere</i>	
a. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	14
b. Indikator <i>Store Atmosphere</i>	15
6. <i>Impulse Buying</i>	
a. Pengertian <i>Impulse Buying</i>	16
b. Indikator <i>Impulse Buying</i>	18
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Berfikir	20
D. Hipotesis	21
1. Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	22
2. Pengaruh <i>Bonus Pack</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	22
3. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Ruang Lingkup Penelitian	25
B. Populasi Dan Sampel	
1. Populasi Penelitian	25
2. Sampel Penelitian	25
C. Jenis Data Metode Pengambilan Data	
1. Jenis Data	27
2. Metode Pengambilan Data	27
D. Definisi Operasional Variabel	
1. Variabel Independen	28
2. Variabel Dependen	30
E. Metode Analisis Data	32
1. Statistik Deskriptif	32

2. Uji Kualitas Data	
a. Uji Validitas	32
b. Uji Reliabilitas	33
3. Analisis Regresi Linear Berganda	34
4. Uji Hipotesis	35
a. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)	35
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	36
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
2. Statistik Deskriptif Karakteristik Responden	40
3. Hasil Pengumpulan Data	43
4. Statistik Deskriptif Hasil Penelitian	41
5. Uji Kualitas Data	
a. Uji Validitas	53
b. Uji Reabilitas	55
6. Analisis Regresi Linier Berganda	56
7. Uji Hipotesis	
a. Uji T (Parsial)	58
b. Uji F (Simultan)	62
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
B. Pembahasan	65
1. Pengaruh <i>price discount</i> (X1) terhadap <i>impulse buying</i> pada pelanggan indomaret kabupaten Ponorogo.....	65
2. Pengaruh <i>bonus pack</i> (X2) terhadap <i>impulse buying</i> pada pelanggan indomaret kabupaten Ponorogo	66
3. Pengaruh <i>store atmosphere</i> (X3) terhadap <i>impulse buying</i> pada pelanggan indomaret kabupaten Ponorogo.....	68
4. Pengaruh <i>price discount</i> , <i>bonus pack</i> , dan <i>store atmosphere</i> terhadap <i>impulse buying</i> pada pelanggan indomaret kabupaten Ponorogo	69
5. Koefisien Determinasi (R^2)	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 71
A. Kesimpulan 71
B. Keterbatasan Penelitian 72
C. Saran	
1. Bagi Indomaret 73
2. Bagi Peneliti Yang Akan Datang 75
DAFTAR PUSTAKA 76



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian terdahulu	18
Tabel 2. Skala likert.....	28
Tabel 3. Alamat Indomaret.....	39
Tabel 4. Jenis Kelamin.....	41
Tabel 5. Usia.....	41
Tabel 6. Lokasi Indomaret.....	42
Tabel 7. Jumlah Kunjungan.....	42
Tabel 8. Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden (X1).....	43
Tabel 9. Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden (X2).....	44
Tabel 10. Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden (X3).....	46
Tabel 11. Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden (Y).....	49
Tabel 12. Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 13. Hasil Uji Validitas	54
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 15. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 16. Hasil Uji t (Parsial)	59
Tabel 17. Hasil Uji F (Simultan)	63

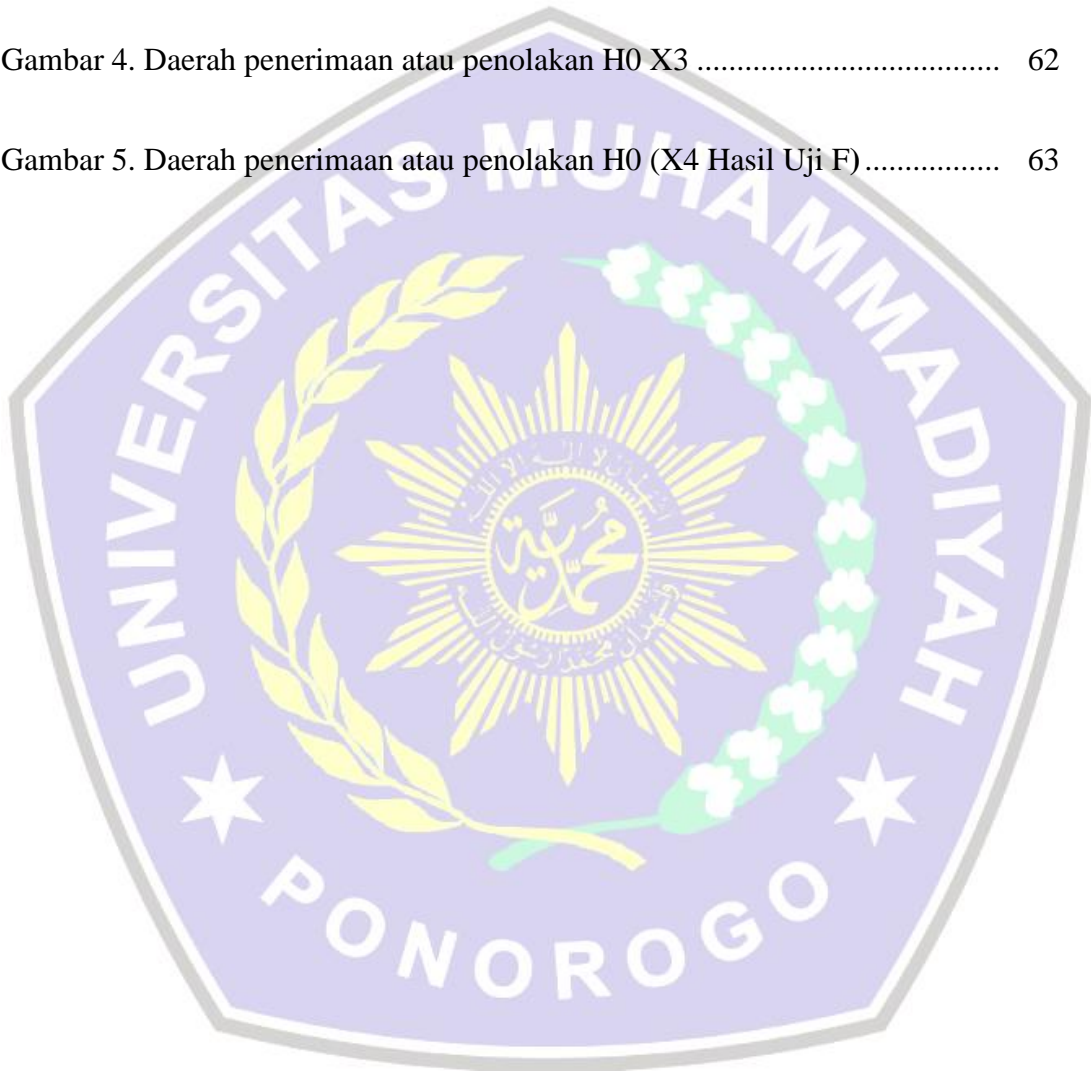
Tabel 18. Hasil Uji R264

Tabel 19. Koefisien Determinasi70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. kerangka berfikir	20
Gambar 2. Daerah penerimaan atau penolakan H_0 X_1	60
Gambar 3. Daerah penerimaan atau penolakan H_0 X_2	61
Gambar 4. Daerah penerimaan atau penolakan H_0 X_3	62
Gambar 5. Daerah penerimaan atau penolakan H_0 (X_4 Hasil Uji F)	63



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 2. Rekapitulasi Jawaban Responden

LAMPIRAN 3. Distribusi Jawaban responden

LAMPIRAN 4. Uji Statistik Deskriptif

LAMPIRAN 5. Uji Validitas

LAMPIRAN 6. Uji Relibilitas

LAMPIRAN 7. Uji Analisis Regresiliner berganda, Uji T, Uji F, Koefisien Determinasi

LAMPIRAN 8. Contoh Foto *Price Discount, Bonus Pack* dan *Store Atmosphere*

LAMPIRAN 9. Berita acara bimbingan

