

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *BONUS PACK*, DAN *IN-STORE*
DISPLAY TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN
GAJAHMADA.ID**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Mey Ernanda Putri S

N I M : 20415138

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *BONUS PACK*, DAN *IN-STORE*
DISPLAY TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN
GAJAHMADA.ID**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Mey Ernanda Putri S

N I M : 20415138

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack*, Dan
In-Store Display Terhadap *Impulse Buying* Pada
Konsumen Gajahmada.id
Nama : Mey Ernanda Putri Setyawidyastuti
N I M : 20415138
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 11 Mei 2002
Program Studi : Manajemen

Isi dan format yang 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, 14 Agustus 2024

Pembimbing I

Titi Rapini, SE. M.M
NIDN. 0005056301

Pembimbing II

Dra. Umi Farida, M.M
NIDN. 0710016101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508200501 1 002

Dosen Penguji :

Titi Rapini, SE., MM
NIDN. 0005056301

Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508200501 1 002

Dr. Riawan, S.Pd., M.M
NIDN. 0705128502

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack* dan *In-Store Display* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen *Gajahmada.id*”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW, kepada keluargaNya, SahabatNya, para tabi'in, tabiut tabiahum, kepada kita semua, serta kepada seluruh umatnya hingga akhir zaman yang menjadikan sebagai uswatun hasanah, suri tauladan yang baik.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan serta kemampuan yang dimiliki, oleh karena itu masukan dan kritik akan menjadi sebuah perbaikan bagi peneliti di masa yang akan datang.

Skripsi ini tidak mungkin akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Orang tuaku yang selalu memberikan dukungan serta doa.
2. Bapak Dr. Happy Susanto MA, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Titi Rapini, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan selama penyusunan skripsi.
6. Dra. Umi Farida, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan selama penyusunan skripsi..
7. Seluruh teman dan sahabat saya yang senantiasa saling memberikan bantuan, dukungan, serta doa agar skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Teman-teman manajemen A angkatan 2020.
9. Pihak-pihak yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu.

Ponorogo, 7 Agustus 2024



Mey Ernanda Putri S

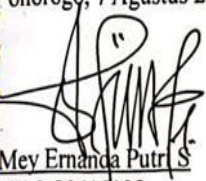
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya 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, 7 Agustus 2024




Mey Ermada Putri S.
NIM. 20415138

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil Allamin, karya ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan tiada hingga saat ini. Karya ini penulis persembahkan kepada :

1. Mama tersayang, Erni Atminarwati. Seseorang yang mempunyai pintu surga ditelapak kakinya yang telah melahirkan penulis karya sederhana ini dengan sabar dan bangga membesarkan putri satu-satunya serta telah melangitkan doa-doa baik demi studi penulis. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau dapat mendidik, dan memberikan motivasi tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana. Terimakasih atas nasihat yang diberikan dan menjadi pengingat dan penguat yang paling hebat. Terima kasih, Mama.
2. Bapak Bambang Setiawan. Terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini.
3. Papa Chandra Faldy Utomo. Terimakasih atas doa, dukungan dan memberikan semangat, motivasi kepada penulis.
4. Kedua nenekku (Sutirah dan Tuminem) dan kedua kakekku (Alm. Muntholib dan Yakimun) yang sudah membesarkan penulis dan selalu memberikan semangat dan doa.
5. Saudara sepupuku yang selalu memberi support dan tiada henti menanyakan proses skripsi yang penulis buat, tetapi penulis yakin bahwa itu adalah bentuk dukungan dan motivasi kepada penulis.

6. Teman dan sahabatku yang selalu memberikan dukungan, dan selalu mendengarkankeluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih telah menemani penulis sampai saat ini.
7. Seluruh dosen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang sudah memberikan ilmu, bimbingan, serta dukungan hingga sampai saat ini,
8. Diri sendiri, Mey Ernanda Putri S. Terima kasih sudah menepikan ego dan memilih untuk bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terima kasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah mau memutuskan untuk menyerah.



MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Qs. Ar-Ruum60)

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi sering ketakutanlah yang membuatjadi sulit. Jadi jangan mudah menyerah”

(Joko Widodo)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kauinginkan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)

“Segala sesuatu yang telah diawali, maka harus diakhiri”

(Mey Ernanda Putri S)

RINGKASAN

Mey Ernanda Putri S, NIM 20415138, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Skripsi : Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Gajahmada.id

Pesatnya perkembangan bisnis ini tentunya menjadi peluang bagus bagi para calon pengusaha. Namun di sisi lain memberikan tekanan pada perusahaan bagaimana agar produk yang dijual mampu menarik perhatian konsumen dan pembeli. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh price discount, bonus pack dan in-store display terhadap impulse buying pada konsumen Gajahmada.id. Populasi dari penelitian ini merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian di Gajahmada.id. Metode pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan metode non probability sampling dengan Teknik accidental sampling. Metode pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara offline yang disebarkan kepada 97 responden. Pengukuran variabel penelitian ini menggunakan skala likert lima point. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa price discount tidak berpengaruh signifikan terhadap impulse buying pada konsumen Gajahmada.id sedangkan bonus pack dan in-store display berpengaruh signifikan terhadap impulse buying pada konsumen Gajahmada.id

Kata Kunci : Price Discount, Bonus Pack, In-Store Display, Impulse Buying

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Halaman Pernyataan	iv
Persembahan	v
Motto	vii
Ringkasan	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen	9
2.1.2.1 Pengertian Manajemen	9
2.1.3 Manajemen Pemasaran	9
2.5.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.3.2 Bauran Pemasaran	10
2.1.4 Perilaku Konsumen	13
2.1.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.1.4.2 Pentingnya Perilaku Konsumen	14

2.1.4.3	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2.1.4.4	Jenis-jenis Perilaku Konsumen	19
2.1.5	Keputusan Pembelian	20
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.1.5.2	Bentuk Keputusan Pembelian	21
2.1.5.3	Proses Pengambilan Keputusan	21
2.1.6	<i>Impulse Buying</i>	24
2.1.6.1	Pengertian <i>Impulse Buying</i>	24
2.1.6.2	Tipe-Tipe <i>impulse Buying</i>	26
2.1.6.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i>	27
2.1.6.4	Indikator <i>Impulse Buying</i>	31
2.1.7	<i>Price Discount</i>	32
2.1.7.1	Pengertian <i>Price Discount</i>	32
2.1.7.2	Tujuan <i>Price Discount</i>	33
2.1.7.3	Indikator <i>Price Discount</i>	34
2.1.8	<i>Bonus Pack</i>	34
2.1.8.1	Pengertian <i>Bonus Pack</i>	34
2.1.8.2	Manfaat <i>Bonus Pack</i>	35
2.1.8.3	Indikator <i>Bonus Pack</i>	35
2.1.9	<i>In-Store Display</i>	36
2.1.9.1	Pengertian <i>In-Store Display</i>	36
2.1.9.2	Tujuan <i>In-Store Display</i>	37
2.1.9.3	Indikator <i>In-Store Display</i>	38
2.2	Penelitian Terdahulu	38
2.3	Kerangka Pemikiran	41
2.1	Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	45
3.1.1	Lokasi Penelitian	45
3.2	Populasi dan Sampel	45
3.2.1	Populasi	45
3.2.2	Sampel	45

3.3	Metode Pengambilan Data	47
3.3.1	Jenis Data	47
3.4	Definisi Operasional Variabel	50
3.5	Metode Analisis Data	51
3.1.1	Uji Intrumen Data	51
3.5.1.1	Uji Validitas	51
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	52
3.5.2	Alat Analisis Data	52
3.5.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda	52
3.5.2.2	Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.2	Uji Hipotesis	54
3.2.1	Uji T (Uji Parsial)	54
BAB IV PEMBAHASAN		56
4.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian	56
4.1.1	Profil	56
4.2	Gambaran Umum Karakteristik Responden	57
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2	Berdasarkan Usia	58
4.2.3	Berdasarkan Pekerjaan	59
4.2.4	Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulan	59
4.2.5	Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung Di Gajah Mada.Id	61
4.3	Deskripsi Tanggapan Responden	62
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price Discount</i> (X1)	62
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Bonus Pack</i> (X2)	64
4.3.3	Tanggapan responden Terhadap variabel <i>In-Store Display</i> (X3)	67
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i>	68
4.4	Uji Intrumen	71
4.4.1	Uji Validitas	71
4.4.2	Uji Reliabilitas	72

4.5	Analisis Data	72
4.5.1	Analisis Regresi Linear Ganda	72
4.5.2	Analisis Koefisien Determinasi	74
4.6	Uji Hipotesis	75
4.6.1	Uji T	75
4.7	Pembahasan	77
4.7.1	Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Impluis Buying</i>	77
4.7.2	Pengaruh <i>Bonyus Pack</i> Terhadap <i>Impluis Buying</i>	79
4.7.3	Pengaruh <i>In-Store Display</i> Terhadap <i>Impluis Buying</i>	80
4.7.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi	81
BAB V PENUTUP		82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	82
Daftar Pustaka		84



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Faktor Determinan Disekitas Konsumen	24
Tabel 2	Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3	Skala Likert	48
Tabel 4	Definisi Operasional variabel	51
Tabel 5	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 6	Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 7	Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Table 8	Responden Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulan	59
Tabel 9	Responden Berapa Kali Berkunjung di Gajah Mada.Id	61
Tabel 10	Pernyataan Variabel <i>Price Discount</i> (X1).....	62
Tabel 11	Penyataan Variabel <i>Bonus Pack</i> (X2)	65
Tabel 12	Penyataan variabel <i>In-Store Display</i> (X3)	67
Tabel 13	Penyataan Variabel <i>Impluse Buying</i>	69
Tabel 14	Hasil Pengujian Validitas	71
Tabel 15	Hasil Pengujian Reliabilitas	72
Table 16	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	73
Table 17	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	75
Tabel 18	Hasil Uji T Terhadap <i>Impulse Buying</i>	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Proses Pengambilan Keputusan	22
Gambar 2	Kerangka Pemikiran	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 2	Data Responden	94
Lampiran 3	Tabulasi Data Responden	97
Lampiran 4	Hasil Rata-rata Jawaban Responden	100
Lampiran 5	Hasil Olah Data Menggunakan SPSS 27	103
Lampiran 6	Berita Acara	112
Lampiran 7	Surat Keterangan Cek Plagiasi	117
Lampiran 8	Hasil Cek Turnitin	114
Lampiran 9	Bukti Submit Artikel	115

