

SKRIPSI

PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *BONUS PACK* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PELANGGAN ALFAMART KOTA TENGAH KECAMATAN KEPENUHAN

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

**SISKA HASTARI UTAMI
NIM : 1625046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2020**

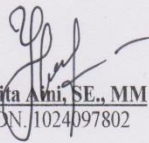
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : SISKHA HASTARI UTAMI
NIM : 1625046
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN BONUS PACK TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PELANGGAN ALFAMART KOTA TENGAH KECAMATAN KEPENUHAN

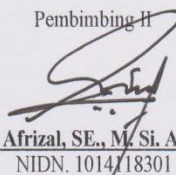
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Kamis, 04 Juni 2020 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 03 Juni 2020

Pembimbing I



Yulfi Aini, SE., MM
NIDN. 1024097802

Pembimbing II

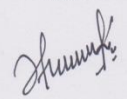

Andi Afrizal, SE., M. Si. AK. CA
NIDN. 1014118301

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

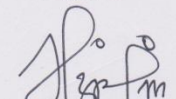
Penguji I


Arrafiqur Rahman, SE,MM
NIDN. 1018108502

Penguji II


Nurul Hidayati, SE., M.Si
NIDN. 1005118901

Penguji III


Dr. Heffi Christya Rahayu, SE., M. Si
NIDN. 1018067303

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


Arrafiqur Rahman, SE,MM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SISKHA HASTARI UTAMI
Nomor Mahasiswa : 1625046
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : *PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN BONUS
PACK TERHADAP IMPULSE BUYING PADA
PELANGGAN ALFAMART KOTA TENGAH
KECAMATAN KEPENUHAN*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga 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.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 13 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan



SISKHA HASTARI UTAMI

ABSTRAK

SISKA HASTARI UTAMI. NIM: 1625046. 2020. PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *BONUS PACK* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PELANGGAN ALFAMART DI KOTA TENGAH (STUDI KASUS DI ALFAMART KOTA TENGAH KECAMATAN KEPENUHAN). PEMBIMBING I: YULFITA AINI, SE., MM DAN PEMBIMBING II: ANDI AFRIZAL, SE., M.SI, AK,CA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh *price discount* dan *bonus pack* terhadap *impulse buying* pada pelanggan Alfamart di Kota Tengah baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Populasi penelitian ini adalah pembeli di di Alfamart. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *sampling aksidental* dengan responden sejumlah 100 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini *price discount* (X1), *bonus pack* (X2) dan variabel terikat *impulse buying* (Y). Metode pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Penelitian lapangan terdiri dari observasi, kuesioner dan wawancara. Uji keandalan instrument meliputi uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 1.081 + 0.628 + 0.598$. Secara parsial, diperoleh t-hitung *price discount* 9.358 dan *bonus pack* 8.306. Secara simultan, diperoleh F-hitung 4219.289 menunjukkan *price discount* dan *bonus pack* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *impulse buying*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 98,9% *impulse buying* dipengaruhi oleh *price discount* dan *bonus pack*, sedangkan sisanya 1,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil pengujian secara parsial maupaun secara simultan *price discount* dan *bonus pack* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci: *price discount*, *bonus pack*, *impulse buying*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanallah wa Taala yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

Penulis masih menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak terdapat kelemahan dan kesalahan dikarenakan keterbatasan dari penulis. Oleh sebab itu kritik dan saran untuk penyempurnaan penulisan ini sangat diharapkan. Penyelesaian penulisan ini berkat bantuan dari berbagai pihak untuk itu tidak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Adolf Bastian, M. Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian
3. Bapak Purwantoro, SE,M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Yulfita Aini, SE., MM selaku pembimbing I yang telah menyediakan waktunya untuk penulis dan memberikan saran yang berarti.

5. Bapak Andi Afrizal, SE., M.Si, AK,CA selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk penulis dan memberikan saran yang berarti.
6. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada penulis selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah Subhanallah wa Taala sebagai amal ibadah, Amin.

Pasir Pengaraian, April 2020

penulis

SISKA HASTARI UTAMI
NIM. 1625046

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Price Discount</i>	12
2.1.2 Bonus Pack.....	16
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	19
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	26
2.2 Kerangka Konseptual	27
2.3 Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30

3.5	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasionalnya	31
3.6	Instrumen Penelitian	32
3.7	Teknik Analisis Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1	Visi, Misi dan Moto.....	39
4.1.2	Struktur Organisasi.....	39
4.2	Karakteristik Responden.....	43
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.3	Pengujian Instrumen Penelitian.....	45
4.3.1	Uji Validitas.....	45
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	49
4.4	Analisis Deskriptif.....	50
4.4.1	Deskriptif Variabel <i>Price Discount</i> (X1).....	50
4.4.2	Deskriptif Variabel <i>Bonus Pack</i> (X2).....	51
4.4.3	Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i>	52
4.5	Analisis Regesi Linear Berganda.....	53
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.6.1	Normalitas Data.....	55
4.6.2	Uji Multikolonieritas.....	56
4.6.3	Uji Heteroskedastisits.....	57
4.7	Pengujian Hipotesis.....	58
4.8.1	Uji-t.....	58
4.8.2	Uji F.....	59
4.8	Koefisen Determinasi (R^2).....	60
4.9	Pembahasan.....	61

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Data Penjualan Pada Alfamart Kota Tengah..... 8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu..... 26
Tabel 3.1	Identifikasi Variabel Penelitian..... 31
Tabel 3.2	Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner..... 32
Tabel 3.3	Nilai Tingkat capaian Tesponden (TCR)..... 34
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis kelamin..... 44
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia..... 44
Tabel 4.3	Ringkasan Hasil Validitas Item Kuesioner <i>Price Discount</i> (X1)..... 46
Tabel 4.4	Ringkasan Hasil Validitas Item Kuesioner <i>Bonus Pack</i> (X2)..... 47
Tabel 4.5	Ringkasan Hasil Validitas Item Kuesioner <i>Impulse Buying</i> (Y)..... 48
Tabel 4.6	Ringkasan Hasil Pengukuran Reliabel Item Kuesioner..... 49
Tabel 4.7	Penilaian Resonden terhadap Variabel <i>Price Discount</i> 50
Tabel 4.8	Penilaian Resonden terhadap <i>Bonus Pack</i> 51
Tabel 4.9	Penilaian Resonden terhadap <i>Impulse Buying</i> 52
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... 54
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikoonieritas..... 56
Tabel 4.12	Hasil Uji-t..... 58
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Uji Simultan..... 59
Tabel 4.14	Model Summary..... 60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	40
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data.....	55
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57