

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *STORE DISPLAY* DAN *BONUS PACK*  
TERHADAP *IMPULSE BUYING***  
(Studi pada Pelanggan Supermarket Rita Pasaraya Supermall Purwokerto, Jawa  
Tengah)



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat  
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh  
**Annisa Lusi Rahmawati**  
**1402010162**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
FEBRUARI 2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *STORE DISPLAY*, DAN *BONUS PACK*  
TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
(STUDI PADA PELANGGAN SUPERMAKET RITA PASARAYA  
SUPERMALL PURWOKERTO)**



**Disusun Oleh :**  
**ANNISA LUSI RAHMAWATI**  
**1402010162**

**Diterima dan disetujui oleh :**  
**Pembimbing**

**M. Agung Miftahuddin S.E, M.Si**  
**NIK. 2160159**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Lusi Rahmawati  
NIM : 1402010162  
Prodi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : **Pengaruh *Price Discount*, *Store Display* dan *Bonus Pack* terhadap *Impulse Buying* pada Pelanggan Rita Pasaraya Supermall Purwokerto**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah ditujukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain. Sepengetahuan saya dalam skripsi ini juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan, kecuali yang dikutip dan sebagai referensi dalam Pustaka skripsi ini sehingga semua isi yang ada dalam skripsi ini menjadi tanggung jawab saya. Oleh karena itu apabila ada tulisan yang dianggap sebagai plagiasi maka saya bersedia untuk mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Purwokerto, 4 Februari 2021



Annisa Lusi Rahmawati




## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Annisa Lusi Rahmawati  
NIM : 1402010162  
Program Studi : Manajemen  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : **Pengaruh *Price Discount*, *Store Display* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Pada Pelanggan Supermarket Rita Pasaraya Supermall Purwokerto)**

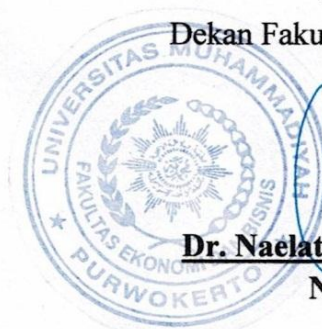
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.


### DEWAN PENGUJI

Ketua : M. Agung Miftahuddin S.E, M.Si (  )  
Anggota 1 : Arini Hidayah, S.E, M.Si (  )  
Anggota 2 : Ika Yustina Rahmawati. S.E, M.Sc (  )

Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 4 Februari 2021

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

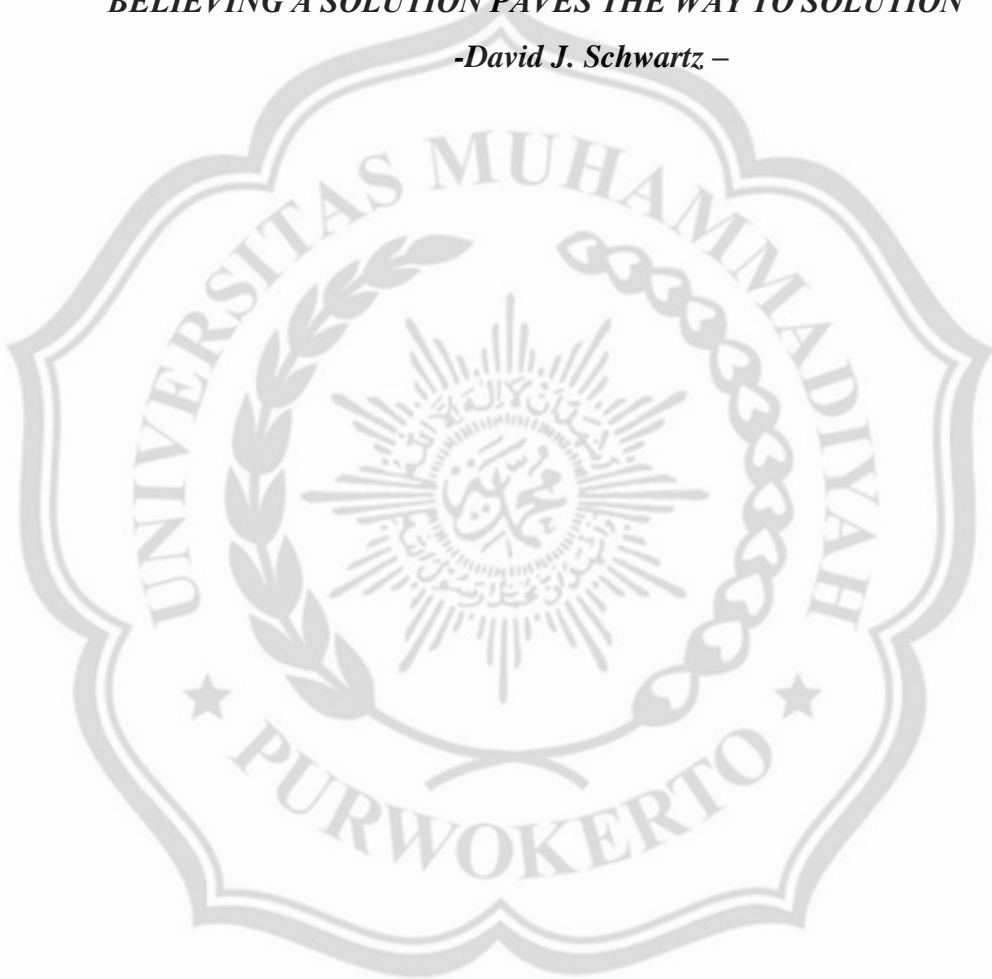


  
**Dr. Naelati Tubastuvi, S.E, M.Si**  
**NIK. 2160187**

## MOTTO

***“BELIEVE IT CAN BE DONE. WHEN YOU BELIEVE SOMETHING CAN  
BE DONE, REALLY YOUR MIND WILL FIND THE WAYS TO DO IT.  
BELIEVING A SOLUTION PAVES THE WAY TO SOLUTION”***

***-David J. Schwartz –***



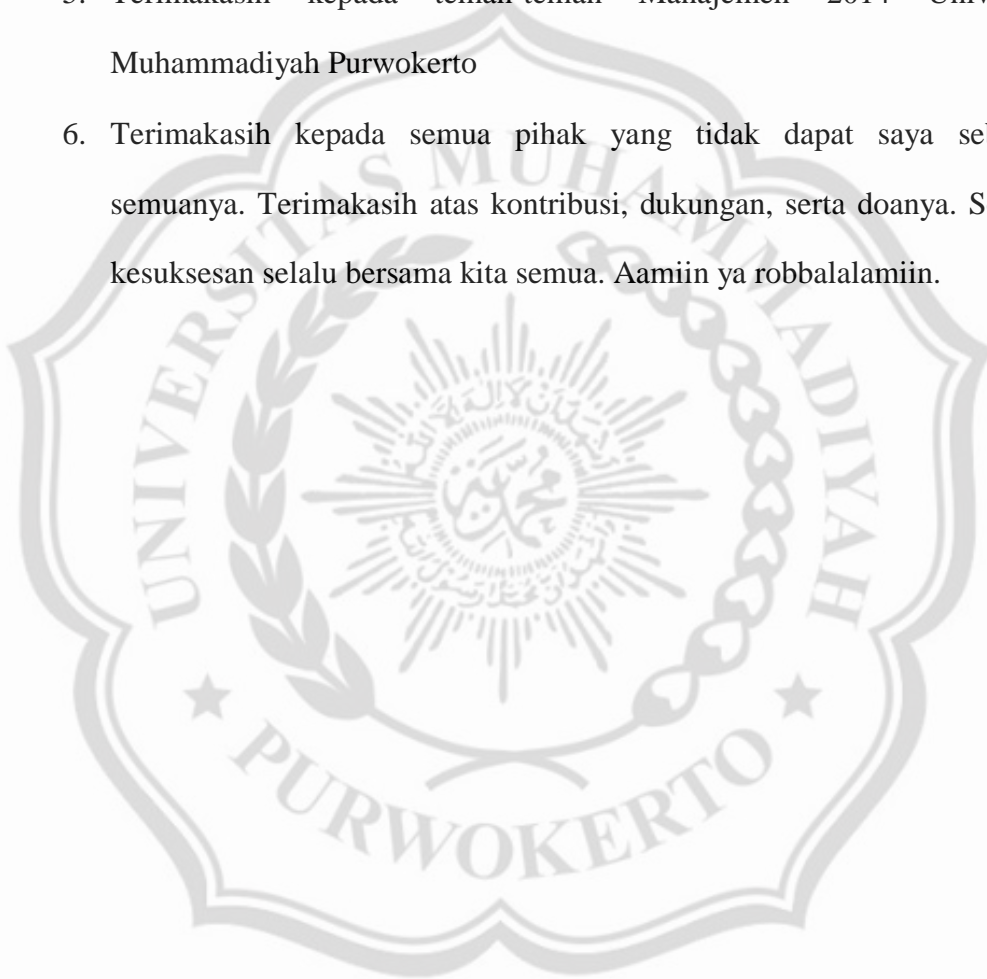
## PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas karunia, petunjuk serta rahmatnya, dibalik kemudahan dan kesusahan dalam proses penyelesaian skripsi ini yang berjudul “PENGARUH *PRICE DISCOUNT, STORE DISPLAY, DAN BONUS PACK* TERHADAP *IMPULSE BUYING*”

Tidak lupa saya ucapkan terimakasih yang setulusnya kepada pihak – pihak yang telah mendukung, menginspirasi serta mendoakan saya dalam penyelesaian skripsi ini. Mungkin ucapan terimakasih ini tidaklah cukup, tetapi Allah akan membalas kebaikan kalian semua, diantaranya:

1. Yang paling utama saya ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua saya, Bapak Mustofa dan Ibu Susanti Dewi serta adik saya Aksa Dhiya Ulhaq yang menjadi penyemangat utama saya dalam menjalankan perkuliahan sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini. Terimakasih Ibu dan Bapak yang telah memberikan segalanya baik materi maupun non materi serta kasih sayang yang luar biasa kepada Lusi. Terimakasih atas nasihat, doa dan kesabaran selama ini. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa doa dai Ibu dan Bapak, sehat terus ya Ibu & Bapak doakan agar Lusi dapat menjadi kebanggan Ibu, Bapak dan Aksa kelak. Aamiin...
2. Untuk keluarga besar saya yang saya cintai, terimakasih atas segala dukungan baik moril dan materiil selama ini, terimakasih untuk selalu memberikan solusi dan nasihat kepada penulis.
3. Untuk sahabat – sahabat saya, terimakasih atas segala waktu dan dukungan yang telah diberikan.

4. Untuk teman – teman Telkomsel Purwokerto & Telkomsel Apprentice Program Purwokerto terimakasih atas dukungan yang kalian beri dan terimakasih atas semua pembelajaran dan pengalaman yang telah saya dapatkan.
5. Terimakasih kepada teman-teman Manajemen 2014 Universitas Muhammadiyah Purwokerto
6. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan semuanya. Terimakasih atas kontribusi, dukungan, serta doanya. Semoga kesuksesan selalu bersama kita semua. Aamiin ya robbalalamiin.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya dalam kehidupan. Sholawat serta salam kepada junjungan Rasulullah Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat Allah Yang Maha Kuasa yang telah memberikan segala kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *STORE DISPLAY*, DAN *BONUS PACK* TERHADAP *IMPULSE BUYING*”

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Jebul Suroso, S.Kep., Ns. M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Ibu Dr. Naelati Tubastuvi S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi bimbingan, dan tata laksana penyusunan skripsi kepada penulis;
3. Bapak Drs. Suyoto M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi bimbingan, dan tata laksana penyusunan skripsi kepada penulis;
4. Bapak Hermin Endratno S.E, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan – arahan akademik kepada penulis;
5. Bapak M. Agung Miftahudin S.E, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;
6. Ibu Arini Hidayah, S.E, M.Si sebagai penguji I yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan penulis sebagai Sarjana Manajemen;

7. Ibu Ika Yustina Rahmawati, S.E, M.Sc sebagai penguji II yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan penulis sebagai Sarjana Manajemen;
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan seluruh pengajaran selama kuliah;
9. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat saya ucapkan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini baik material maupun non material atas segala bantuan, tenaga, pikiran dan semangat. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan keilmuan khususnya manajemen pemasaran.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan masih banyak kekurangan maupun kesalahan, sehingga penulis menyatakan permohonan maaf yang setulus-tulusnya kepada pembaca. Dengan begitu penulis mengharapkan adanya masukan-masukan yang membangun baik kritik maupun saran. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Purwokerto, Februari 2021

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisa Lusi Rahmawati  
NIM : 1402010162  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *STORE DISPLAY* DAN *BONUS PACK*  
TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
(STUDI PADA PELANGGAN SUPERMARKET RITA PASARAYA  
SUPERMALL PURWOKERTO)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinfomatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 4 Februari 2021

Yang menyatakan



Annisa Lusi Rahmawati

PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *STORE DISPLAY* DAN *BONUS PACK*  
TERHADAP *IMPULSE BUYING*  
(Studi pada Pelanggan Rita Pasaraya Supermall Purwokerto)

**Annisa Lusi Rahmawati**<sup>1</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[annisalusrahmawati@gmail.com](mailto:annisalusrahmawati@gmail.com)

**M. Agung Miftahuddin**<sup>2</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[amif\\_ump@yahoo.com](mailto:amif_ump@yahoo.com)

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor–faktor yang mempengaruhi *impulse buying* pada pelanggan Rita Pasaraya Supermall Purwokerto. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yang jumlahnya 120 responden. Analisis data dilakukan menggunakan Uji regresi linier berganda. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk menguji instrumen penelitian, sedangkan untuk pembuktian hipotesis dilakukan dengan uji determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa secara simultan *price discount*, *store display* dan *bonus pack* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada pelanggan Rita Pasaraya Supermall Purwokerto. Temuan lainnya adalah *price discount* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Sedangkan *store display* dan *bonus pack* secara nyata tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*.

Kata kunci : *Price Discount*, *Store Display*, *Bonus Pack*, *Impulse Buying*

***THE EFFECT OF PRICE DISCOUNT, STORE DISPLAY AND BONUS  
PACK ON IMPULSE BUYING***  
(Study of Customer Rita Pasaraya Supermarket, Purwokerto, Central Java)

**Annisa Lusi Rahmawati <sup>1</sup>**  
*Economics and Bussines Faculty*  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[annisalusrahmawati@gmail.com](mailto:annisalusrahmawati@gmail.com)

**M. Agung Miftahuddin <sup>2</sup>**  
*Economy and Bussiness Faculty*  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[amif\\_ump@yahoo.com](mailto:amif_ump@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*The purpose in this research was to analyze the factors that influence impulse buying on customers Supermarketd Rita Pasaraya Supermall Purwokerto. This analysis uses the scoring method, data validity test, classic assumption test, multiple regression test, test of the coefficients of determination, t test and f test. The sampling technique used purposive sampling and used 120 of samples. From the test result is known that price discount has a significant effect on impulse buying. Meanwhile store display and bonus pack has no significant effect on impulse buying. Simultaneously the price discount, store display and bonus pack have a significant effect on impulse buying for supermarkets Rita Pasaraya Supermall Purwokerto.*

*Keywords : Price Discount, Store Display, Bonus Pack, Impulse Buying*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
1. Pengertian Pemasaran.....	11
2. Bauran Pemasaran .....	18
3. Pengertian Promosi.....	21
4. Pengertian Price Discount .....	23
5. Pengertian In Store Display.....	27
6. Pengertian Bonus Pack .....	28
7. Pengertian Impulse Buying .....	29
B. Penelitian Terdahulu .....	31
C. Kerangka Pemikiran.....	35
D. Hipotesis Penelitian.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>41</b>
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Populasi dan Sampel .....	41
1. Populasi .....	41
2. Sampel .....	42
C. Metode Pengumpulan Data .....	43
D. Definisi Operasional.....	43
1. Variabel Impulse Buying (Y) .....	44
2. Price Discount (X1).....	44
3. Store Display(X2).....	45
4. Bonus Pack (X3).....	46

E. Metode Analisis Data.....	47
1. Skoring.....	47
2. Uji Instrumen Penelitian.....	48
3. Uji Asumsi Klasik .....	49
4. Uji Analisis Data .....	50
5. Pengujian Hipotesis .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
A. Hasil Penelitian .....	57
1. Gambaran Umum Perusahaan .....	57
2. Response Rate.....	58
3. Karakteristik Responden.....	59
4. Statistik Deskriptif.....	63
5. Uji Instrument Penelitian.....	67
6. Uji Asumsi Klasik .....	70
7. Uji Analisis Data .....	73
8. Pengujian Hipotesis .....	75
B. Pembahasan.....	78
1. Pengaruh Price Discount, Store Display dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying .....	79
2. Pengaruh Price Discount terhadap Impulse Buying .....	79
3. Pengaruh Store Display terhadap Impulse Buying.....	80
4. Pengaruh Bonus Pack terhadap Impulse Buying.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>83</b>
A. Kesimpulan .....	83
B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1 Indikator <i>Impulse Buying</i> .....	44
Tabel 3.2 Indikator <i>Price Discount</i> .....	45
Tabel 3.3 Indikator <i>Store Display</i> .....	46
Tabel 3.4 Indikator <i>Bonus Pack</i> .....	46
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i> .....	59
Tabel 4.2 Usia .....	60
Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5 Tingkat Pendapatan.....	62
Tabel 4.6 Barang tambahan yang sering dibeli.....	62
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Price Discount</i> .....	63
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Store Display</i> .....	64
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Bonus Pack</i> .....	65
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Impulse Buying</i> .....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Price Discount</i> .....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas <i>Store Display</i> .....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas <i>Bonus Pack</i> .....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> .....	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas .....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel.4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Berganda.....	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	74
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	75
Tabel 4.22 Ringkasan Hasil Penelitian .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	53
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	56
Gambar 4.1 Kurva penerimaan hipotesis pertama .....	76
Gambar 4.2 Kurva penerimaan hipotesis kedua .....	77
Gambar 4.3 Kurva penerimaan hipotesis ketiga .....	77
Gambar 4.4 Kurva penerimaan hipotesis keempat .....	78

