

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KELOMPOK REFERENSI,
DAN *INFLUENCE POWER* ANAK KEPADA ORANG TUA
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PEMBELIAN
MAKANAN RINGAN
(Studi pada masyarakat di Kembaran Purwokerto)**



SKRIPSI

**MAR'ATUN NIKMAH PUNGKASARI
1402010186**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KELOMPOK REFERENSI,
DAN *INFLUENCE POWER* ANAK KEPADA ORANG TUA
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PEMBELIAN
MAKANAN RINGAN
(Studi pada masyarakat di Kembaran Purwokerto)**



SKRIPSI

Oleh
MAR'ATUN NIKMAH PUNGKASARI
1402010186

Diperiksa dan disetujui oleh :
Pembimbing

Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M. Si
NIK. 2160128

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Mar'atun Nikmah Pungkasari
NIM : 1402010186
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Analisis Pengaruh Promosi, Kelompok Referensi, dan
Influence Power Anak Kepada Orang Tua Terhadap *Impulsive*
Buying Pembelian Makanan Ringan (Studi pada Masyarakat
di Kembaran Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji R, M.Si ()
Anggota 1 : Dr. Hj. Naelati T, M.Si ()
Anggota 2 : Hermin Endratno, SE, M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 24 Januari 2018

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Aklimad Darmawan, S.E., M.Si
NIK. 2160148

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mar'atun Nikmah Pungkasari
NIM : 1402010186
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini nyatakan secara jujur dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 24 Januari 2018
Yang membuat pernyataan



Mar'atun Nikmah Pungkasari

OTTO

“Be kind to your self”

“The biggest communication problem is We do not listen to understand.

We listen to replay”

“Do it now sometimes LATER become NEVER”

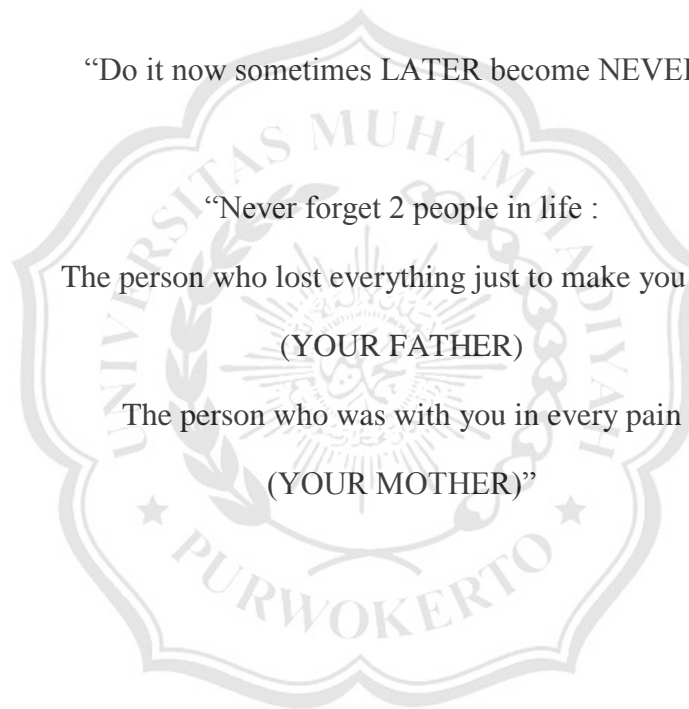
“Never forget 2 people in life :

The person who lost everything just to make you win

(YOUR FATHER)

The person who was with you in every pain

(YOUR MOTHER)”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamín

Segala puji syukur atas rahmat Alloh yang memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini yang akan saya persembahkan kepada:

Ibu Sholihah dan Bapak Mukhlis selaku orang tua beserta orang-orang terdekatku terutama keluargaku yang telah memberikan semangat, dukungan, do'a, serta kasih sayang yang tiada hentinya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunia dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Promosi, Kelompok Referensi, dan *Influence Power* Anak Kepada Orang Tua Terhadap *Impulsive Buying* Pembelian Makanan Ringan (Studi pada Masyarakat di Kembaran Purwokerto)”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Purwokerto. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil.

Bersama ini perkenankanlah saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. H. Syamsuhadi Irsyad SH., M.H. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Hermin Endratno, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 serta penguji II yang telah memberikan kritik dan masukan untuk skripsi ini.
4. Dra. Tri Septin Muji R, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyempatkan waktu memberikan bimbingan, saran, serta nasihat, kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Dr. Hj Naelati T, M.Si selaku penguji I yang telah memberikan kritik dan masukan untuk skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan.
7. Ibu Sholihah dan Bapak Mukhlis tersayang yang tidak pernah lelah memberikan semangat dan do'a sehingga penulid dapat menyelesaikan skripsi ini

8. Keluarga dan sahabat-sahabatku Ope, Iput, Anugrah, Wiwin Wulandari, Mega Catur, Putri April, Widya, Shinta, Sylvia, Dian, Arum, Ida, Aji, Taufik, Bang Ojak, Edo dan Dwiky yang telah membantu dan memberikan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen SI angkatan 2014. *Fight and Keep Solid!*
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam penyusunan skripsi ini.
11. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari seluruh pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Purwokerto, 24 Januari 2018

Penulis



Mar'atun Nikmah Pungkasari

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

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

Nama : Mar'atun Nikmah Pungkasari
NIM : 1402010186
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KELOMPOK REFERENSI, DAN
INFLUENCE POWER ANAK KEPADA ORANG TUA TERHADAP
IMPULSIVE BUYING PEMBELIAN MAKANAN RINGAN (STUDI PADA
MASYARAKAT DI KEMBARAN PURWOKERTO)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, 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 sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 24 Januari 2018
Yang menyatakan,



Mar'atun Nikmah Pungkasari

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KELOMPOK REFERENSI,
DAN *INFLUENCE POWER* ANAK KEPADA ORANG TUA
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PEMBELIAN MAKANAN RINGAN
(Studi pada masyarakat di Kembaran Purwokerto)**

Mar'atun Nikmah Pungkasari¹, Tri Septin Muji Rahayu²

Abstrak

Pada penelitian ini anak-anak merupakan konsumen yang unik dan memiliki keinginan yang tinggi untuk berbeanja tetapi anak-anak tidak melakukan pembayaran dengan uangnya sendiri melainkan melalui bantuan dari orangtua mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor yang membentuk *impulsive buying* konsumsi pada anak-anak dan bagaimana faktor-faktor itu dapat membetuk kemampuan anak dalam membujuk orang tua mereka untuk membeli produk yang mereka inginkan. Penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian ini sebesar 100 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji uji F, dan uji t. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh lebih besar terhadap *impulsive buying* makanan ringan pada anak-anak, dibandingkan kelompok referensi dan *influence power* anak.

Kata Kunci: *Promosi, kelompok referensi, influence power anak, impulsive buying.*

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KELOMPOK REFERENSI,
DAN *INFLUENCE POWER* ANAK KEPADA ORANG TUA
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PEMBELIAN MAKANAN RINGAN
(Studi pada masyarakat di Kembaran Purwokerto)**

Mar'atun Nikmah Pungkasari¹, Tri Septin Muji Rahayu²

Abstract

In this study children are unique consumers and have a high desire to berbeanja but children do not make payments with their own money but through the help of their parents. The purpose of this study was to analyze the influence of factors that shape the impulsive buying of consumption in children and how these factors can determine the ability of children to persuade their parents to buy the products they want. This research uses non probability sampling, with purposive sampling technique. The sample of this research is 100 respondents. The research method used in this research is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination, F test, and t test. The results of this study conclude that promotion has a greater effect on impulsive buying snacks in children, compared to reference groups and children's power influence.

Keywords: *Promotion, reference group, influence child power, impulsive buying.*

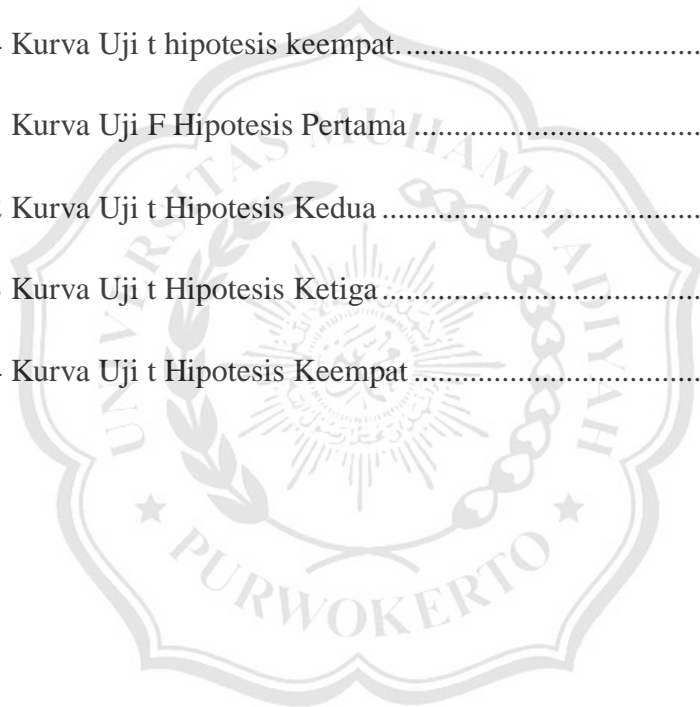
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	21
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
A. Landasan Teori.....	23
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Pemikiran.....	33
D. Desain Kerangka Pemikiran.....	35
E. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel.....	37
C. Metode Pengumpulan Data.....	39
D. Variabel Penelitian.....	39

E. Definisi Operasional.....	40
1. Variabel Independen	40
2. Variabel Dependen.....	41
F. Metode Analisis Data.....	41
1. Uji Instrumen	41
2. Uji Asumsi Klasik.....	43
3. Uji Analisis Data.....	45
4. Uji Kecukupan Model.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian.....	52
1. Gambaran Umum Produk Makanan Ringan	52
2. Respon Rate.....	53
3. Karakteristik Responden	55
4. Uji Instrumen Data.....	58
5. Uji Asumsi Klasik	63
6. Uji Regresi Linier Berganda.....	66
7. Uji Kecukupan Model	68
B. Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
A. Simpulan	81
B. Keterbatasan dan Saran.....	81
C. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	48
Gambar 3.2 Kurva Uji t hipotesis kedua.....	49
Gambar 3.3 Kurva Uji t hipotesis ketiga.....	50
Gambar 3.4 Kurva Uji t hipotesis keempat.....	51
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama.....	71
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	72
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	73
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	73



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.1 Respon Rate	54
Tabel 4.2 Deskripsi Responden.....	55
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi (X1)	59
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kelompok Referensi (X2)	60
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Influence Power Anak (X3)	61
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Impulsive Buying (Y).....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Uji Park	66
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4.12 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R ²).....	69
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	70
Tabel 4.14 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner	75
Tabel 4.15 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner	76
Tabel 4.16 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner	78
Tabel 4.17 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	87
Lampiran 2 : Data Penyebaran Kuesioner	94
Lampiran 3 : Data Deskripsi Responden	95
Lampiran 4 : Data Frekuensi Responden.....	101
Lampiran 5 : Nilai Tabulasi Data.....	105
Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas	117
Lampiran 7 : Uji Reliabilitas.....	121
Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik	123
Lampiran 9 : Analisis Regresi Berganda dan Uji t	125
Lampiran 10 : r table.....	126
Lampiran 11 : t table	130
Lampiran 12 : F table.....	133