

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *IN STORE DISPLAY* TERHADAP
*IMPULSE BUYING***

**(Studi Pada Pelanggan Manna Kampus (Mirota Kampus) Di Jl. Palagan
Tentara Pelajar, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta)**

SKRIPSI



Ningtyas Indraswari

No. Mhs. 111801269

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *IN STORE DISPLAY* TERHADAP
*IMPULSE BUYING***

**(Studi Pada Pelanggan Manna Kampus (Mirota Kampus) Di Jl. Palagan
Tentara Pelajar, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta)**

Diajukan oleh :

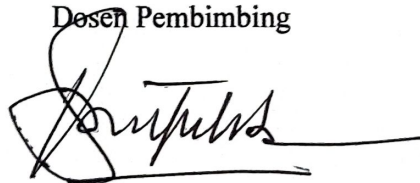
Ningtyas Indraswari

No.Mhs 111801269

Yogyakarta, 24 Januari 2022

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Drs. Djati Julitriarsa, M.M

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *IN STORE DISPLAY* TERHADAP
*IMPULSE BUYING***

**(Studi Pada Pelanggan Mirota Kampus Di Jl. Palagan Tentara Pelajar,
Ngaglik, Sleman, Yogyakarta)**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji
Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

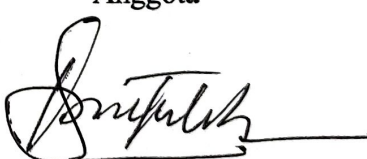
Tanggal : 24 Januari 2022

Yang terdiri atas :

Ketua


Dra. Tri Harsini Wahyuningsih, M.Si

Anggota


Drs. Djati Julitriarsa, M.M

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

" Pengaruh *Price Discount* dan *In Store Display* Terhadap *Impulse Buying* Pada Pelanggan Manna Kampus (Mirota Kampus) Di Jl. Palagan Tentara Pelajar, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta" dan diajukan untuk diuji pada tanggal 28 Januari 2022 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis lainnya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 24 Januari 2022



Ningtyas Indraswari

Saksi 1, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi

Drs. Djati Julitriarsa, M.M

Saksi 2, sebagai ketua tim penguji skripsi

Dra. Tri Harsini Wahyuningsih, M.Si

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang selalu ada memberikan dukungan, semangat, nasihat yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yaitu :

Kedua orang tua yang selalu sabar dalam mendidik dan mendukung saya baik material ataupun non material sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dosen pembimbing saya, Bapak Drs. Djati Julitriarsa yang selalu sabar dan baik dalam membimbing saya sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Bapak/Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN yang telah memberikan masukan, pendidikan, pengalaman, dan lain-lain.

Teman-teman yang telah banyak memberi *support* dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang mana atas limpahan rahmat, nikmat, serta karunianya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Price Discount* dan *In Store Display* Terhadap *Impulse Buying* Pada Pelanggan Mirota Kampus Di Jl. Palagan Tentara Pelajar, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta” dengan lancar dan tepat waktu.

Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dalam mencapai gelar Sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.

Selama proses penulisan skripsi ini penulis banyak menemui kendala dan kesalahan, namun dengan bimbingan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, nikmat, serta karunianya selama penulis menyelesaikan skripsi.
2. Kedua orangtua tercinta, serta keluarga dan saudara-saudaraku yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan, dan memberikan dukungan moril dan materil yang tak ternilai selama penulis menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Dr. Suparmono, M.Si selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Djati Julitriarsa, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam memberikan bimbingan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak/Ibu dosen serta karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN yang telah memberikan pendidikan berupa ilmu, pengalaman, dan lain-lain yang bermanfaat di kemudian hari.

6. Konsumen Mirota Kampus di Jl. Palagan Tentara Pelajar Ngaglik, Sleman, Yogyakarta selaku responden dalam penelitian ini.
7. Indra Deli Fajrian yang telah memberikan *support*, motivasi, dan bantuannya selama penulisan skripsi ini.
8. Teman-temanku Ria, Rully, Adel yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat selama penulisan skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Angkatan 2018.
10. Tak lupa kepada semua orang yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa sepenuhnya skripsi ini masih jauh dari sempurna maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan maaf sebesar-besarnya serta berharap adanya kritik dan saran agar membangun penulis. Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya di masa mendatang.

Yogyakarta, Januari 2022

Ningtyas Indraswari

ABSTRAK

Pesatnya bisnis ritel di Indonesia membuat persaingan diantara ritel menjadi lebih ketat, faktor promosi menjadi salah satu kunci untuk terus menciptakan dan mempertahankan pelanggan. *Price discount* dan *in store display* merupakan salah satu bentuk promosi dalam toko yang sering digunakan untuk merangsang konsumen melakukan *impulse buying*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *price discount* dan *in store display* terhadap *impulse buying* pelanggan Mirota Kampus Di Jl. Palagan Tentara Pelajar, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Sampel sejumlah 100 pelanggan merupakan konsumen Mirota Kampus di Jl. Palagan Tentara Pelajar, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta yang telah melakukan pembelian di Mirota Kampus dalam jangka waktu 6 (enam) bulan terakhir. Dari keseluruhan responden tersebut, 84% berjenis kelamin perempuan, 95% berusia diantara 17-25 tahun, 81% merupakan pelajar/ mahasiswa, 44% berpendapatan < Rp 500.000, dan 90% merupakan pelanggan *non member*. Setelah dilakukan uji instrumen, uji asumsi dasar, dan uji asumsi klasik maka diketahui bahwa semua variabel/ item pertanyaan diketahui dapat digunakan untuk penelitian. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, uji t, dan uji f ditemukan bahwa *price discount* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, *in store display* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, kemudian *price discount* dan *in store display* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci : *Price discount, in store display, impulse buying*

ABSTRACT

The rapid retail business in Indonesia makes competition among retail tighter, promotional factors become one of the keys to continue to create and retain customers. Price discount and in-store display is one form of in-store promotion that is often used to stimulate consumers to impulse buying. This research aims to find out the influence of price discounts and in store displays on impulse buying customers mirota campus at Jl. Palagan Tentara Siswa, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. A sample of 100 customers are consumers of Mirota Kampus di Jl. Palagan Tentara Siswa, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta who have made purchases at Mirota Campus in the last 6 (six) months. Of the respondents, 84% were female, 95% were between the ages of 17-25, 81% were students, 44% had < Rp 500,000, and 90% were non-member customers. After instrument tests, basic assumption tests, and classical assumption tests, it is known that all known variables/question items can be used for research. Based on the results of multiple linear regression tests, t tests, and f tests found that price discount partially positive and significant effect on impulse buying, in store display partially positive and significant effect on impulse buying, then price discount and in store display simultaneously positive and significant effect on impulse buying. impulse buying.

Keywords : *Price discount, in store display, impulse buying*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	9
A. Landasan Teori	9
1. Pemasaran	9
2. Promosi	10
3. Price Discount	11
4. <i>In Store Display</i>	17
5. Perilaku Konsumen	26
6. <i>Impulse Buying</i>	31
7. Penelitian Terdahulu	38
B. Kerangka Pemikiran Penelitian	40
BAB III	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
A. Definisi Konsep	43
B. Definisi Operasional	44

C. Obyek Dan Subyek Penelitian	46
D. Jenis dan Sumber Data	46
F. Metode Pengumpulan Data	50
G. Metode Analisis Data	51
1. Uji Instrumen	51
2. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)	52
3. Uji Asumsi Klasik	52
4. Analisis Regresi Linier Berganda	53
5. Uji Hipotesis	54
6. Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	56
BAB IV	58
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA	58
A. Gambaran Umum Manna Kampus (Mirota Kampus)	58
B. Analisis Data	63
BAB V	82
PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	64
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia	64
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	65
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan.....	66
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan pelanggan <i>member</i> atau <i>nonmember</i>	67
Tabel 4. 6 Uji validitas	68
Tabel 4. 7 Uji reliabilitas.....	70
Tabel 4. 8 Uji normalitas.....	71
Tabel 4. 9 Uji multikoleniaritas	72
Tabel 4. 10 Uji heterokedastisitas	74
Tabel 4. 11 Analisis regresi linier berganda.....	75
Tabel 4. 12 Analisis uji t	77
Tabel 4. 13 Analisi uji F.....	79
Tabel 4. 14 Koefisien determinasi (R^2).....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model perilaku konsumen menurut Kotler & Keller (2016).....	30
Gambar 2. 2 Kerangka pemikiran	41
Gambar 4. 1 Logo Manna Kampus (Mirota Kampus)	60
Gambar 4. 2 Slogan Manna Kampus (Mirota Kampus)	61
Gambar 4. 3 Struktur organisai Manna Kampus (Mirota Kampus).....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner penelitian

Lampiran 2 Karakteristik responden

Lampiran 3 Tabulasi data

Lampiran 4 Uji validitas variabel *price discount*

Lampiran 5 Uji validitas variabel *in store display*

Lampiran 6 Uji validitas variabel *impulse buying*

Lampiran 7 Uji reliabilitas variabel *price discount*

Lampiran 8 Uji reliabilitas variabel *in store display*

Lampiran 9 Uji reliabilitas variabel *impulse buying*

Lampiran 10 Uji normalitas

Lampiran 11 Uji multikoleniaritas

Lampiran 12 Uji heterokedastisitas

Lampiran 13 Analsis regresi berganda & uji t

Lampiran 14 Uji F

Lampiran 15 Koefisien determinasi (*R Square*)

Lampiran 16 Dokumentasi Mirota Kampus Jl. Palagan Tentara Pelajar, Ngaglik, .

Sleman, Yogyakarta