

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *IN-STORE DISPLAY* DAN  
*STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA  
KONSUMEN INDOMARET**

**(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**NINDA NUR APRILIA**

**19042010065**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *IN-STORE DISPLAY* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN  
INDOMARET**

**(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)**

**Disusun Oleh:**

**NINDA NUR APRILIA**

**NPM. 19042010065**

**Telah disetujui mengikuti Ujian Skripsi**

**Pembimbing**

  
**R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si**

**NPT. 3720 6950 0461**

**Menegetahui,**

**DEKAN**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**

**NPT. 368049400281**



LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PRICE DISCOUNT, IN-STORE DISPLAY DAN STORE ATMOSPHERE  
TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN INDOMARET  
(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)**

Disusun Oleh:

**NINDA NUR APRILIA**  
NPM. 19042010065

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 10 Mei 2023

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



**R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si**  
NPT. 3720 6950 0461

TIM PENGUJI

1. Ketua



**Dr. Nurhadi, M.Si**  
NIP. 196902011994031001

2. Sekretaris



**Dr. Ir. Rusdi Hidavat Nugroho, M.Si**  
NIP. 196112241989031007

3. Anggota



**R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si**  
NPT. 3720 6950 0461

Mengetahui

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



**Dr. Catut Suratnoaji, M.Si**  
NIP. 196804182021211006



## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ninda Nur Aprilia  
NPM : 19042010065  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi :

**Pengaruh Price Discount, In-Store Display dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Indomaret (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku

Surabaya, 10 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



**Ninda Nur Aprilia**  
**NPM. 19042010065**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan proposal penelitian ini dengan judul **“Pengaruh *Price Discount*, *In-Store Display* dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Indomaret (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi prasyarat kelulusan Sarjana di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.**

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari campur tangan pihak-pihak lain bahwa tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka penulis sangat bersyukur dan ingin mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada Bapak R Yuniardi Rusdianto, S. Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing ini yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan masukan dan ilmunya, serta bimbingannya. Kemudian peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A. selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan.
4. Bapak dan Ibu dari Biro Akademik, Kemahasiswaan, Perencanaan, dan Kerja Sama (BAKPK) yang telah membantu dalam memberikan data dan mendukung penelitian ini.
5. Kedua orang tua yang senantiasa selalu mendoakan yang terbaik dan selalu memberikan dukungan penuh dan semangat yang membuat penulis tidak mau berputus asa.
6. Keluarga besar yang selalu memberikan motivasi yang harus terus maju dan berkembang serta menjadi pribadi yang berpola pikir cerdas.
7. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2019, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Selain itu, dalam penyusunan skripsi pada penelitian ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan baik dari aspek teknik maupun aspek penyusunannya. Oleh karena itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka atas saran dan kritik yang dapat membangun demi kebaikan di masa selanjutnya. Besar harapan penulis agar penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata doa dan harapan, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT meridhoi kita semua.

Sidoarjo, Maret 2023

## DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN .....	
LEMBAR PENGESAHAN .....	
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
BAB II.....	14
KAJIAN TEORI .....	14
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Kajian Teori .....	17
2.2.1 Pemasaran .....	17
2.2.2 Manajemen Pemasaran .....	18
2.2.3 Konsep-Konsep Pemasaran .....	18
2.2.4 Perilaku Konsumen.....	19
2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	20
2.2.6 Bisnis Ritel.....	21

2.2.7	<i>Price Discount</i> .....	22
2.2.8	<i>In-Store Display</i> .....	24
2.2.9	<i>Store Atmosphere</i> .....	26
2.2.10	<i>Impulse Buying</i> .....	29
2.2.11	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i> .....	31
2.3	Kerangka Berpikir .....	34
2.4	Hipotesis.....	36
BAB III .....		38
METODE PENELITIAN .....		38
3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.2.1	Variabel Bebas/Independent (X) .....	39
3.2.2	Variabel Terikat atau Independent (Y).....	41
3.2.3	Pengukuran Variabel .....	41
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	42
3.3.1	Populasi .....	42
3.3.2	Sampel .....	43
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	44
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.4.1	Sumber Data .....	45
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.5	Teknik Analisis Pengujian Kuesioner .....	47
3.5.1	Uji Validitas.....	47
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	48
3.6	Teknik Analisis Data.....	49



3.6 Uji Asumsi Klasik .....	50
3.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
3.8 Pengujian Hipotesis.....	53
3.8.1 Uji Simultan (Uji F).....	53
3.8.2 Uji Parsial (Uji T).....	55
3.9 Jadwal Pelaksanaan Penelitian .....	57
BAB IV .....	58
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	58
4.1 Hasil Obyek Penelitian.....	58
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
4.1.2 Logo dan Maskot Indomaret .....	61
4.1.3 Visi dan Budaya Indomaret .....	61
4.1.4 Struktur Perusahaan Indomaret .....	62
4.2 Penyajian Data .....	63
4.2.1 Data Responden.....	63
4.2.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	69
4.3 Uji Instrumen Data.....	81
4.3.1 Uji Validitas .....	81
4.3.2 Uji Realiabilitas .....	84
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	85
4.4.1 Uji Normalitas.....	85
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	87
4.4.3 Uji Heterokedastisitas .....	88
4.5 Analisis Data (Regresi Linier Berganda) .....	89
4.6 Uji Hipotesis.....	91

4.7	Pembahasan.....	99
4.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
4.7.2	Pengaruh Price Discount, In-Store Display dan Store Atmosphere (Secara Simultan) Terhadap Impulse Buying.....	100
4.7.3	Pengaruh Price Discount, In-Store Display dan Store Atmosphere (Secara Parsial) terhadap Impulse Buying .....	102
BAB V	.....	106
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	106
5.1	Kesimpulan .....	106
5.2	Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	.....	108
LAMPIRAN	.....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Kontribusi Segmen terhadap Penjualan Ritel Modern .....	2
Gambar 1.2 Ritel modern dengan nilai konsumen tertinggi di Indonesia (2021)....	3
Gambar 1.3 Jumlah gerai Indomaret tahun 2015-2020 .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 3.1 Uji F Simultan.....	55
Gambar 3.2 Uji T Parsial .....	57
Gambar 4.1 Logo Indomaret.....	61
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bagian Toko Gerai Indomaret .....	62
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT Indomarco Prismatama .....	63
Gambar 4. 4 Uji Heterokedastisitas .....	89
Gambar 4.5 Kurva Uji F .....	93
Gambar 4 6 Kurva Uji T Variabel X1 .....	95
Gambar 4.7 Kurva Uji T Variabel X2 .....	97
Gambar 4. 8 Kurva Uji T Variabel X3 .....	98



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.3 Skala Likert.....	47
Tabel 3.4 Jadwal Pelaksanaan Penelitian .....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4.3 Karakter Berdasarkan Tahun Angkatan.....	66
Tabel 4.4 Karakteristik berdasarkan pembelian di gerai Indomaret .....	67
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Jenis Barang atau Produk yang Dibeli .....	68
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Price Discount.....	70
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel In-Store Display .....	73
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Store Atmosphere .....	75
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Impulse Buying.....	78
Tabel 4.10 Uji Validitas Price Discount .....	82
Tabel 4.11 Uji Validitas In-Store Display .....	82
Tabel 4.12 Uji Validitas Store Atmosphere.....	83
Tabel 4.13 Uji Validitas Impulse Buying .....	83
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas .....	84
Tabel 4.15 Uji Normalitas .....	85
Tabel 4.16 Uji Normalitas .....	86
Tabel 4.17 Uji Multikolinieritas .....	87
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Uji F .....	92
Tabel 4.20 Hasil Perhitungan Uji T .....	94

## ABSTRAK

**NINDA NUR APRILIA, 19042010065. Pengaruh Price Discount, In-Store Display dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Indomaret (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *price discount*, *in-store display* dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying* pada konsumen Indomaret. Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur yang pernah berkunjung dan melakukan transaksi atau pembelian di gerai Indomaret. Sampel pada penelitian ini diambil sebanyak 100 responden dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling *purposive*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dan hasil pengujian menunjukkan bahwa keseluruhan instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji f dan uji t. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *price discount*, *in-store display* dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen Indomaret. Secara parsial *Price Discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen Indomaret. Secara parsial *In-Store Display* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen Indomaret. Secara parsial *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada konsumen Indomaret.

**Kata Kunci:** *Price Discount, In-Store Display, Store Atmosphere, Impulse Buying*

## **ABSTRACT**

**NINDA NUR APRILIA, 19042010065. Pengaruh Price Discount, In-Store Display dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Indomaret (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur).**

This study aims to determine and analyze the effect of price discounts, in-store displays and store atmosphere on impulse buying among Indomaret consumers. This type of research uses a quantitative type with descriptive analysis method. The population used in this study were FISIP UPN Veterans East Java students who had visited and made transactions or purchases at Indomaret outlets. The sample in this study was taken by 100 respondents and the sampling technique used purposive sampling technique. Methods of data collection using a questionnaire. Instrument testing uses validity and reliability tests and the test results show that the entire instrument is declared valid and reliable. Data analysis techniques using multiple linear regression, classical assumption test, f test and t test. The results of this study indicate that simultaneously the price discount, in-store display and store atmosphere variables have a positive and significant effect on impulse buying for Indomaret consumers. Partially, Price Discount has a positive and significant effect on impulse buying for Indomaret consumers. Partially, In-Store Display has a positive and significant effect on impulse buying for Indomaret consumers. Partially, Store Atmosphere has a positive and significant effect on impulse buying for Indomaret consumers.

**Keywords: Price Discount, In-Store Display, Store Atmosphere, Impulse Buying**