

**PENGARUH PROMOSI DAN IMPULSE BUYING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUNGA SWALAYAN
SAMPANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



Diajukan Oleh :

**RYNALDI PRATAMA NUR MAULANA
17012010052/FE/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2021

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN IMPULSE BUYING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUNGA SWALAYAN**

SAMPANG

Disusun Oleh :

RYNALDI PRATAMA NUR MAULANA
17012010052/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan**

Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 13 September 2021

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Supriyono, M.M.
NIP. 196106261988031001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

28 SEP 2021

**PENGARUH PROMOSI DAN IMPULSE BUYING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUNGA SWALAYAN
SAMPANG**

Oleh :

RYNALDI PRATAMA NUR MAULANA

17012010052/FEB/EM

ABSTRAK

Keberhasilan yang dicapai oleh suatu toko dalam menjalankan bisnisnya tidak terlepas dari banyaknya keputusan pembelian konsumen pada toko tersebut, oleh karena itu suatu toko perlu memperhatikan promosi dan impulse buying yang dilakukan agar keputusan pembelian terus semakin meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan impulse buying terhadap keputusan pembelian pada Bunga Swalayan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuisisioner sebagai metode pengumpulan data. Dengan populasi seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Bunga Swalayan, Sampel pada penelitian ini berjumlah 50 responden dengan menggunakan tehnik Accidental sampling. Data yang dipergunakan adalah data primer sedangkan analisis yang dipergunakan adalah Partial Least Square (PLS).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Bunga Swalayan. (2) Impulse Buying berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Bunga Swalayan.

Kata kunci : Promosi, Impulse Buying, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, berkah dan karunia-nya serta shalawat dan salam ke ruh Junjungan Nabi Muhammad Shallallahualaihi wa sallam, sehingga selama proses pengerjaan skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI DAN IMPULSE BUYING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUNGA SWALAYAN SAMPANG”** dapat diselesaikan dengan baik.

Tujuan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dalam penyusunan skripsi ini penyusun telah mendapat banyak bantuan dan petunjuk yang sangat berguna dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak. Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT, selaku Dekan FEB UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, MM, Selaku Koordinator Progdil S1 Manajemen FEB UPN “Veteran” Jatim.
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M. Selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Semua Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen yang telah mendidik penulis selama menjalani proses pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

6. Orang tua dan keluarga atas dukungan dan do'a yang mereka berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Sahabat luar biasa saya bahul, bagus, wheny, teysha, intan, aswin dan lainnya yang telah memberikan dukungan, motivasi dan do'a untuk penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, untuk itu dengan kerendahan hati merupakan suatu kehormatan bila ada kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 20 April 2021

Penulis,

Rynaldi Pratama Nur Maulana

DAFTAR ISI

PENGARUH PROMOSI DAN IMPULSE BUYING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUNGA SWALAYAN SAMPANG	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Pengertian Promosi	9
2.2.2 Pengertian Impulse buying	14
2.2.3 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.2 Pengaruh Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4 Kerangka Konseptual	21
2.5 Hipotesis	22
BAB III	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23

3.1.1	Definisi Operasonal	23
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	24
3.2	Teknik Penentuan Sampel	26
3.3	Tehnik Pengumpulan data	27
3.3.1	Jenis Data	27
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.3.3	Uji Validitas dan Realibilitas	28
3.3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	29
BAB IV	43
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Deksriptif Objek Penelitian	43
4.1.1	Profil Perusahaan	43
4.1.2	Visi dan Misi.....	43
4.1.3	Struktur Organisasi	44
4.1.4	Lokasi Perusahaan dan Waktu penelitian	45
4.2	Deskripsi hasil Penelitian	45
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden.....	45
4.2.2	Deskriptif Variabel	47
4.3	Analisis Data	50
4.3.1	Evaluasi Outlier	50
4.3.2	Interpretasi Hasil PLS	52
4.4.	Pembahasan	61
4.4.1.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.4.2.	Pengaruh Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
BAB V.....	64
KESIMPULAN & SARAN	64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pendapatan Bunga Swalayan.....	3
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi.....	47
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Impulse Buying.....	48
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.6 Outlier Data.....	51
Tabel 4.7 Outlier Loadings	53
Tabel 4.8 Average Variance Extrancted.....	54
Tabel 4.9 Composite Reliability.....	56
Tabel 4.10 R Square.....	58
Tabel 4.11 Inner Weight.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Model Proses Keputusan Pembelian.....	18
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 3.1 Langkah-Langkah Asumsi PLS.....	32
Gambar 3.2 Contoh Diagram Lajur PLS.....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bunga Swalayan.....	44
Gambar 4.2 Outer Model PLS.....	57