

PENGARUH *DISPLAY PRODUCT*, *SERVICE QUALITY*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PRODUK NEVADA DI MATAHARI DEPARTMENT STORE

(Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Kaza Mall Surabaya)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

PUTERI ARSALTA CHANDRA

NPM. 20042010081

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH DISPLAY PRODUCT, SERVICE QUALITY, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PRODUK NEVADA DI MATAHARI DEPARTMENT STORE
(Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Kaza Mall Surabaya)

Disusun Oleh


PUTERI ARSALTA CHANDRA

NPM. 20042010081

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Budi Prabowo, S.Sos., M.M

NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK




Dr. Cahur Suratnoall, M.Si.

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *DISPLAY PRODUCT*, *SERVICE QUALITY*, DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PRODUK NEVADA DI MATAHARI DEPARTMENT STORE

(Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Kaza Mall Surabaya)

Disusun Oleh

PUTERI ARSALTA CHANDRA

NPM. 20042010081

Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada 19 Mei 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua

Budi Prabowo, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

2. Sekretaris

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M.M.A
NPT. 21119771204337

3. Anggota

Budi Prabowo, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dr. Gatur Suratnoal, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puteri Arsalta Chandra
NPM : 20042010081
Fakultas / Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : *PENGARUH DISPLAY PRODUCT, SERVICE QUALITY, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PRODUK NEVADA DI MATAHARI DEPARTMENT STORE (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Kaza Mall Surabaya)*

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya tulis saya ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyantumkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 19 Juli 2024



Puteri Arsalta Chandra
NPM. 20042010081

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan berkah Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT dengan segala petunjuk dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Display Product*, *Service Quality*, dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Pada Produk Nevada di Matahari Department Store Surabaya”. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Strata-1 program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Budi Prabowo, S.Sos., M.M, selaku dosen pembimbing utama yang bersedia meluangkan waktu dan memberi banyak pengarahan, bimbingan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi. Penulis juga menerima banyak masukan dan bantuan moril, spiritual, dan materil dari berbagai pihak oleh karenanya penulis 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. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membekali ilmu dan jasa.

4. Orang Tua Penulis yang selalu mendoakan, memberikan dukungan terbaik dan juga semangat pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan referensi serta bermanfaat bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, Juli 2024

Puteri Arsalta Chandra

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Pustaka	16
2.2.1 Pemasaran.....	16
2.2.2 <i>Display Product</i>	19
2.2.3 <i>Service Quality</i>	21
2.2.4 <i>Price Discount</i>	24
2.2.5 <i>Impulse Buying</i>	26
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.4 Kerangka Berpikir	30
2.5 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.2.1 Definisi Operasional.....	34
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	37
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Jenis Data.....	43
3.4.2 Sumber Data	44
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	45

3.5 Teknik Analisis Data	46
3.5.1 Uji Validitas.....	46
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.4 Uji Hipotesis.....	51
3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.5.6 Analisis Koefisiensi Determinasi.....	54
3.6 Waktu Penelitian	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	56
4.1.1 Profil Perusahaan.....	56
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	59
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	59
4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian	61
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	62
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	64
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis	69
4.3.1 Uji Validitas.....	69
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.3.4 Uji Hipotesis.....	75
4.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.3.6 Analisis Koefisiensi Determinasi.....	79
4.4 Pembahasan	80
4.4.1 Pengaruh Display product (X1), Service Quality (X2), dan Price Discount (X3).....	80
4.4.2 Pengaruh <i>Display product</i> (X1) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	81
4.4.3 Pengaruh Service Quality (X2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	81
4.4.4 Pengaruh <i>Price Discount</i> (X3) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	83
4.5 Matriks Hasil Penelitian	84
BAB V PENUTUP	87
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Laba Rugi Bersih Matahari Department Store	7
Gambar 1.2 Top Brand Index 2019, 2020, 2021, 2022	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 3.1 Kurva Uji F	52
Gambar 3.2 Kurva Uji T	53
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Matahari Department Store.	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Autokorelasi	71
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan <i>Scatterplot</i>	72
Gambar 4.4 Hasil uji Multikolinearitas	73
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas	74
Gambar 4.6 Grafik P-Plot Uji Normalitas	74
Gambar 4.7 Hasil Uji F.....	75
Gambar 4.8 Hasil Uji T.....	76
Gambar 4.9 Hasil Uji Analisis regresi Linear Berganda	77
Gambar 4.10 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tingkat Reliabilitas	48
Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan Penelitian	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Display Product</i> (X1).....	65
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Service Quality</i> (X2).....	66
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Price Discount</i> (X3).....	67
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.10 Matriks Hasil Penelitian.....	83

ABSTRAK

**Puteri Arsalta Chandra (20042010081), Pengaruh *Display Product*, *Service Quality*, dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Pada Produk Nevada di Matahari Department Store
(Studi Pada Konsumen Matahari Department Store Kaza City Surabaya)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Display Product*, *Service Quality*, dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Pada Produk Nevada di Matahari Department Store. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Nevada di Matahari Department Store Surabaya dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 29 For Windows. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Display Product*, *Service Quality*, dan *Price Discount* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Terhadap *Impulse Buying* pada *customer* produk Nevada di Matahari Department Store Kaza Mall Surabaya. *Display Product* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* pada *customer* produk Nevada di Matahari Department Store Kaza Mall Surabaya. *Service Quality* secara parsial berpengaruh negatif tetapi signifikan terhadap *Impulse Buying* pada *customer* produk Nevada di Matahari Department Store Kaza Mall Surabaya. *Price Discount* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* pada *customer* produk Nevada di Matahari Department Store Kaza Mall Surabaya.

Kata kunci: *Display Product*, *Service Quality*, *Price Discount*, *Impulse Buying*

ABSTRACT

**Puteri Arsalta Chandra (20042010081), *The Influence of Display Product, Service Quality, and Price Discount towards Impulse Buying on Product Nevada at Matahari Department Store Surabaya*
(Study on Consumers of Matahari Department Store Kaza City Surabaya)**

This study aimed to determine in the effect of Display Product, Service Quality, and Price Discount towards Impulse Buying on Product Nevada at Matahari Department Store. This research is an associative research with a quantitative approach. The population in this study were consumers of Product Nevada at Matahari Department Store Surabaya with a sampling technique that is purposive sampling. The number of samples used in this study was 100 respondents with a questionnaire data collection technique. The data analysis technique used to answer the proposed hypothesis is multiple linear regression using SPSS 25 For Windows. The result of this study indicate that Product Display, Service Quality, and Price Discount simultaneously have a positive and significant effect on Impulse Buying for Nevada product customers at Matahari Department Store Kaza Mall Surabaya. Product Display partially has a positive and significant effect on Impulse Buying for Nevada product customers at Matahari Department Store Kaza Mall Surabaya. Service Quality partially has a negative but significant effect on Impulse Buying for Nevada product customers at Matahari Department Store Kaza Mall Surabaya. Price Discount partially has a positive and significant effect on Impulse Buying for Nevada product customers at Matahari Department Store Kaza Mall Surabaya.

Keywords: *Display Product, Service Quality, Price Discount, Impulse Buying*