

**PENGARUH DISKON HARGA, TAMPILAN PRODUK DAN
NILAI BELANJA HEDONIS TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF**

(Survey Pada Konsumen Toko Jabalnur di Desa Ciwaru)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

LUTHFI BAIHAQI

20200510361

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH DISKON HARGA, TAMPILAN PRODUK DAN NILAI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF

(Studi Pada Konsumen Toko Jabalnur Di Desa Ciwaru)

Disusun Oleh :

LUTHFI BAIHAQI
20200510361

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 08 Oktober 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,



Prof. Dr.H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si
NIK. 41038971055

Penguji II,



Dr.Dadang Suhardi., S.E.,M.M
NIK. 41038111400

Penguji III,



Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH DISKON HARGA, TAMPILAN PRODUK DAN NILAI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF

(Studi Pada Konsumen Toko Jabalnur Di Desa Ciwaru)

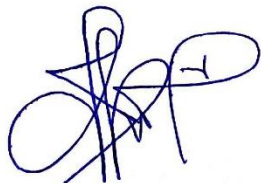
Disusun Oleh :

LUTHEI BAIHAOI
NIM. 20200510361

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, 08 Januari 2025

Pembimbing I,



Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

Pembimbing II,



Neng Evi Kartika, S.E., M.M
NIK. 410108920248

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Rina Masrurroh, SE., ME.Sy
NIK. 41038091296

LEMBAR OTENTISITAS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH DISKON HARGA, TAMPILAN PRODUK DAN NILAI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF” (Survey pada Konsumen Toko Jabalnur di Desa Ciwaru)”, beserta isinya adalah benar karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiarisme atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam lingkungan keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya bersedia untuk bertanggung jawab dan menanggung risiko apapun yang diberikan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau terdapat klaim mengenai keaslian karya yang saya buat ini.

Kuningan, Juli 2024



Luthfi Baihaqi

Nim. 20200510361

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jika kau tidak mampu terbang, maka berlarilah. Hari ini kita akan bertahan. Jika kau tidak mampu berlari, maka berjalanlah. Nikmati setiap prosesnya, syukuri apa yang telah tuhan berikan, dan jalani kehidupan di setiap saatnya meskipun bari unyang – anying saeutik mah teu nanaon.”

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillahirobbiil alamiin, sungguh perjalanan yang cukup panjang telah saya lalui untuk mendapatkan gelar sarjana S1 ini, rasa syukur dan bahagia yang telah saya rasakan ini, akan saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang sangat saya cintai serta telah men support dan mewujudkan keinginan saya untuk bisa menyandang gelar sarjana ini dan tentunya saya ingin mengangkat derajat kedua orang tua saya terlebih dulu karena mereka telah memberikan segalanya kepada saya.

ABSTRAK

LUTHFI BAIHAQI (2024) “Pengaruh Diskon Harga, Tampilan Produk Dan Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif “. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Dibimbing Oleh Ibu Wachjuni, S.E., M.M dan Ibu Neng Evi Kartika, S.E., M.M.

Perkembangan bisnis ritel yang ada di Indonesia disebabkan karena konsumen cenderung lebih memilih ritel modern ketimbang pasar tradisional. Penelitian ini dilakukan pada suatu toko yang ada di ciwaru yaitu toko jabalnur dimana perkembangan pada era globalisasi ini membuat dunia usaha semakin memiliki banyak pesaing, hal ini mengharuskan setiap orang yang memiliki usaha mampu untuk mengatasi kelemahan dan meningkatkan keunggulan yang dimiliki nya. Diskon harga merupakan promosi penjualan yang paling banyak digunakan dalam usaha bisnis terutama toko ritel dalam meningkatkan pembelian impulsif. Didukung dengan adanya penataan dalam toko yang membuat konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian impulsif. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah diskon harga (X1), tampilan produk (X2) dan nilai belanja hedonis (X3) dan variabel dependennya adalah pembelian impulsif. Metode analisis yang digunakan adalah analisa regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 25 for Windows. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen toko jabalnur di desa ciwaru dengan syarat yang telah ditentukan yaitu pernah membeli suatu produk di toko jabalnur minimal 2 kali. Data yang diperoleh merupakan data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden atau kuesioner yang disebarkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan di temukan diskon harga, tampilan produk dan nilai belanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada toko jabalnur di desa ciwaru. Besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 75.8%, sisanya sebesar 24.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Kata kunci : diskon harga, tampilan produk, nilai belanja hedonis, dan pembelian impulsif.

ABSTRACT

LUTHFI BAIHAQI (2024) “*The Influence of Price Discounts, Product Display and Hedonic Shopping Value on Impulsive Buying* ”. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Supervised by Mrs. Wachjuni, S.E., M.M and Mrs. Neng Evi Kartika, S.E., M.M.

The development of the retail business in Indonesia is due to consumers tending to prefer modern retail over traditional markets. This research was conducted at a shop in Ciwaru, namely the Jabalnur shop, where developments in this era of globalization mean that the business world has more and more competitors. This requires that everyone who owns a business is able to overcome weaknesses and increase the advantages they have. Price discounts are the most widely used sales promotion in business ventures, especially retail stores, to increase impulse buying. Supported by display in the store which makes consumers increasingly interested in making impulse buying. The dependent variables used in this research are price discounts (X1), display product (X2) and hedonic shopping value (X3) and the dependent variable is impulse buying. The analysis method used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 25 for Windows. The sample used in this research was 100 respondents who were consumers of the Jabalnur shop in Ciwaru village with predetermined conditions, namely having purchased a product at the Jabalnur shop at least twice. The data obtained is primary data which is the result of respondents' answers or questionnaires distributed. The results of this research show that simultaneously it was found that price discounts, display product and hedonic shopping value had a positive and significant effect on impulsive buying at the jabalnur shop in ciwaru village. The magnitude of the influence of the independent variable on the dependent variable is 75.8%, the remaining 24.2% is influenced by other variables not included in the research model.

Keywords : price discounts, display product, hedonic shopping value and impulse buying.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Diskon Harga, Tampilan Produk dan Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif (Survey Pada Konsumen Toko Jabalnur di Desa Ciwaru)”**. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari jalan kegelapan ke jalan yang terang benderang, penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Kuningan. Penulis sepenuhnya menyadari berbagai keterbatasan yang dimiliki baik pengetahuan, kemampuan, dan waktu. Karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Neng Evi Kartika, S.E., M.M dan Ibu Wachjuni, S.E., M.M selaku dosen pembimbing atas bimbingan saran serta motivasi yang diberikan.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis. Khususnya, bagi semua pihak yang telah membaca skripsi ini. Untuk segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis mohon maaf yang sebesar - besarnya. Terimakasih atas segala perhatiannya.

Mudah-mudahan Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita, Amiin.

Kuningan, Juli 2024

LUTHFI BAIHAQI
NIM. 20200510361

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, penulis banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan, serta dorongan semangat baik itu bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua yang tercinta, selama ini telah membantu penulis dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, dan do'a yang tidak pernah berhenti mengalir demi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen Pembimbing I, selaku dosen pembimbing Ibu Wachjuni, S.E., M.M yang telah bersedia meluangkan waktu, tempat, tenaga, dan kesabaran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Neng Evi Kartika, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan, arahan, dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan, yaitu Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy.
6. Wakil Dekan I yaitu Ibu Enung Nurhayati, S.E., M.Si., Ak., C.A dan Bapak Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M sebagai Wakil Dekan II, terima kasih atas pembinaannya selama saya menjadi mahasiswa FEB Universitas Kuningan.
7. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
9. Kepada kakak saya yang selalu menghibur penulis yaitu Azmi Zukhruf Firdaus.

10. Teman seperjuangan sekaligus teman dekat saya di kampus terutama yaitu Alan Maulana (King Letda Hyper) dan Ayu Hikmatun Nafi'ah, Cindy Amala Bertha, Silvi Eka Septiana, Rina Karlina, Tika Utami Ningrum dan yang telah bersamai selama perkuliahan dengan memberikan semangat, motivasi, canda dan tawa.
11. Kepada sobat kentel saya barudak SAPAULINAN yang telah bersamai penulis dari SMA, pendaftaran kuliah sampe sekarang saya menyelesaikan skripsi ini, yang selalu ada di saat penulis senang maupun duka saya ucapkan banyak – banyak terima kasih karena selalu saja ada yang di tertawakan meskipun itu tidak jelas apa yang di tertawakan.
12. Kepada teman dekat saya yaitu Ndan Alan Maulana S.Tr.Han yang selalu di repotkan selama proses kuliah sampai menyusun skripsi ini karena telah sabar menemani penulis dan masih mau jadi teman yang di repotkan penulis.
13. Terima kasih juga kepada diri saya sendiri karena telah mampu menyelesaikan skripsi ini sampai akhir, meskipun banyak sekali rintangan yang harus di tempuh penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
14. Terima kasih juga kepada udara yang telah memberikan nafas, tanah yang senantiasa menopang di setiap langkah saya, matahari yang selalu menyinariku di setiap pagi, dan malam yang selalu menemani penulis menyusun skripsi.
15. Dan terakhir terima kasih juga pada semua yang tidak bisa sebutkan satu - satu baik luar ataupun dalam lingkungan Fakultas Ekonimi dan Bisnis Universitas Kuningan atas dukungan dan motivasinya. Akhir kata, semoga budi baik dari semua pihak yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis, serta umumnya bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Kuningan, Juli 2024

Penulis,

LUTHFI BAIHAQI
Nim. 20200510361

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR & HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.3 Pembelian Impulsif	13
2.1.4 Diskon Harga	16
2.1.5 Tampilan Produk.....	19
2.1.5 Tujuan – tujuan Tampilan Produk	23
2.1.6 Nilai Belanja Hedonis	23
2.2 Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1 Hubungan Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif	26
2.2.2 Hubungan Tampilan Produk Terhadap Pembelian Impulsif.....	26
2.2.3 Hubungan Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif.....	27
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Pemikiran.....	31
2.5 Hipotesis Penelitian.....	32

BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	35
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	35
3.2.1 Definisi Variabel	35
3.2.2 Oprasionalisasi Variabel	36
3.3 Populasi dan sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 Data	39
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Uji Instrumen	40
3.5.1 Uji Validitas	40
3.5.2 Uji Reliabilitas	41
3.6 Uji Analisis Data	41
3.6.1 Analisis Deskriptif	41
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	42
3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda	43
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi	44
3.6.5 Uji Hopotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	49
4.1.2 Karakteristik Responden	49
4.1.3 Uji Instrumen	51
4.1.4 Analisis Deskriptif	53
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	62
4.1.6 Uji Regresi Linear Berganda	64
4.1.7 Uji Koefisien Determinasi	66
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	66
4.2 Pembahasan	69

4.2.1 Pengaruh Diskon Harga, Tampilan Produk dan Nilai belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif.....	69
4.2.2 Pengaruh Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif pada Toko Jabalnur.....	69
4.2.3 Pengaruh Tampilan Produk Terhadap Pembelian Impulsif pda Toko Jabalnur.....	70
4.2.4 Pengaruh Nilai Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif pada Toko Jabalnur.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Toko Jabalnur, Toko Rohmat, dan Toko Sumpinghayu Ciwaru, 2023	3
Tabel 1. 2 Hasil Observasi Terhadap Responden	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Definnisi dan Operasionalisasi Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Rentang Nilai Skor Angket	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Janis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 4 Uji Validitas Diskon Harga.....	51
Tabel 4. 5 Uji Validitas Tampilan Produk (X2).....	52
Tabel 4. 6 Uji Validitas Nilai Belanja Hedonis.....	52
Tabel 4. 7 Uji Validitas Pembelian Impulsif.....	53
Tabel 4. 8.....	53
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Diskon Harga	54
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Tamilan Produk	56
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Nilai Belanja Hedonis.....	58
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Pembelian Impulsif.....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4. 18 Hasil Uji t (Uji Parsial)	67
Tabel 4. 19 Hasil Uji F (Simultan).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4. 1 Daerah Kriteria variabel Diskon Harga (X1).....	55
Gambar 4. 2 Daerah Kriteria variabel Tampilan Produk (X2)	57
Gambar 4. 3 Daerah Kriteria variabel Nilai Belanja Hedonis (X3).....	59
Gambar 4. 4 Daerah Kriteria Variabel Pembelian Impulsif (Y).....	61