

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *BONUS PACK* DAN  
*PRODUCT DISPLAY* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI JJ  
MART PANGKALPINANG**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**NAMA : NOVIANTI OCTAVIA**

**NIM : 302 13 11 067**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2017**



**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Novianti Octavia  
NIM : 302 13 11 067  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan Proposal : "Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack* dan *Product Display* Terhadap *Impulse Buying* Di JJ Mart Pangkalpinang"

Pembimbing Utama

Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M  
NIP. 198207222014042002

Pembimbing Pedamping

Khairiyansyah, S.E., M.M  
NIP. 197903152012121005

Balunijuk, 31 Mei 2017  
Ketua Jurusan Manajemen

M. Tanggung, S.E., M.Si  
NIP. 196306051990031004

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH PRICE DISCOUNT, BONUS PACK DAN PRODUCT  
DISPLAY TERHADAP IMPULSE BUYING DI JJ MART  
PANGKALPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Novianti Octavia  
Nomor Induk Mahasiswa : 302 1311 067

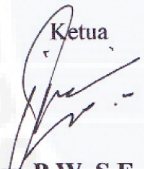
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 31 Mei 2017 dan telah  
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

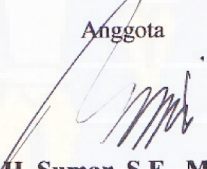
Tim Penguji :

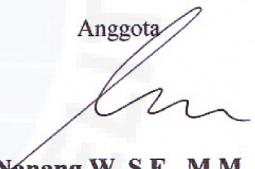
Ketua

Anggota

Anggota

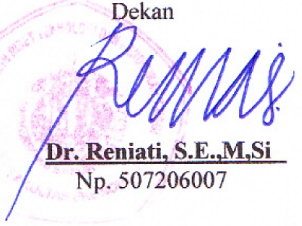
  
**Dian P.W, S.E., M.M**  
NIP. 198207222014042002

  
**H. Sumar, S.E., M.M**  
NP. 506808015

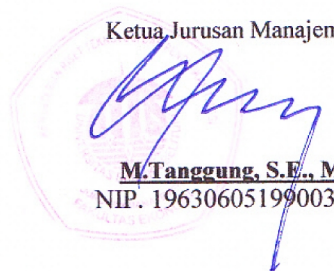
  
**Nanang W, S.E., M.M**  
NIP.198708192014041001

Balunijuk, 31 Mei 2017  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Dekan

  
**Dr. Reniati, S.E., M.Si**  
Np. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen

  
**M. Tanggung, S.E., M.Si**  
NIP. 196306051990031004

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack Dan Product Display Terhadap Impulse Buying di JJ Mart Pangkalpinang*”** ini tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan dicantumkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Balunijuk, Mei 2017  
Penulis



Novianti Octavia

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

- a. "Imajinasi lebih berharga daripada ilmu pengetahuan. Logika akan membawa Anda dari A ke B. Imajinasi akan membawa Anda kemana-mana"  
-Albert Einstein-
- b. *Real success is determined by two factors. First is faith, and second is action*
- c. *Dont mind those who are trying to bring you down. They do it because they have to be below you.*
- d. "Orang yang menginginkan impiannya menjadi kenyataan, harus menjaga diri agar tidak tertidur."  
-Richard Wheeler-
- e. Sesuatu yang akan menjadi kebanggaan,  
Jika sesuatu itu dikerjakan,  
Dan bukan hanya dipikirkan,  
Sebuah cita-cita akan menjadi kesuksesan,  
Jika kita awali dengan bekerja untuk mencapainya,  
Bukan hanya menjadi impian.

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan dengan segenap rasa kepada :

1. Tuhan yang selalu ada untuk ku dan mendengar semua doa ku
2. Papa dan Mama yang sangat aku sayangi, yang telah memberikan dukungan atas waktu, motivasi, semangat dan doa kepada ku.

3. Pho-Pho (nenek) yang sangat aku sayangi, yang telah membesarkan dari kecil sampai dewasa ini dengan penuh kesabaran dan cinta kasih sayang hingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Senyum dan kebahagiaan pho-pho adalah semangatku untuk menyelesaikan skripsi ini. Dan aku akan berjuang untuk membalas budi dan jasa pho-pho selama ini.
4. Steven Dutawan Sandjaya adikku yang telah mendoakan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Limitojoy seseorang yang spesial yang selama ini sudah sangat banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini .
6. Ayi, Sinta, Cebong, Mia, Febrida, Farida , Tri Endang , semua teman-teman MN3 dan teman-teman KKN XI desa Manggar Beltim, serta semua teman-teman satu angkatan atas dukungan, bantuan dan doanya.
7. Guru-guruku yang banyak membimbing dan mengajariku banyak hal saat duduk dibangku SD, SMP dan SMK. Terima kasih atas Jasa Mulia yang kalian berikan.
8. Almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung.

## **ABSTRACT**

**Novianti Octavia. 302 13 11 067. Influence of Price Discount, Bonus Pack, and Product Display to Impulse Buying at JJ Mart Pangkalpinang**

*The background of this research is the phenomenon that price discount, bonus pack and product display can influence impulse buying. The aims of this research are to know and find the study about the influence of price discount, bonus pack and product display to impulse buying at JJ Mart Pangkalpinang.*

*Thus is descriptive quantitative research with the total samples are 324 respondents, where as the sampling method was using accidental sampling. In this research, the independent variables consist of price discount, bonus pack and product display, the dependent variable is impulse buying. The experiment test was using validity test and reliability test, the data analysis method was using multiple linear regression, test T and determination coefficient ( $R^2$ ).*

*The research result that the independent variable  $X_1$  can be found  $t_{count} (10,096) > t_{table} (1,9674)$ , variable  $X_2$   $t_{count} (9,868) > t_{table} (1,9674)$  and variable  $X_3$   $t_{count} (8,186) > t_{table} (1,9674)$ . So, variable  $X_1$  (price discount) has influenced to variable Y (impulse buying) partially, variable  $X_2$  (bonus pack) has influenced to variable Y (impulse buying) and variable  $X_3$  (product display) has influenced partially. The test F result has shown that  $F_{count} (87,992) > F_{table} (2,63)$ , where as the significance  $0,000 < \alpha$  at significance level  $0,05$ , so  $H_0$  is denied and  $H_a$  is accepted, it means that the independent variable (price discount, bonus pack and product display) together or simultaneously has influenced dependent variable significantly. The determination coefficient analysis result ( $R^2$ ) has shown that independent variable (price discount, bonus pack and product display) has influenced dependent variable (impulse buying) as much as 44,7% and remains is 55,3% has influenced from other variable out of the research.*

**Keywords : Price Discount, Bonus Pack, Product Display, and Impulse Buying**

## ABSTRAK

**Novianti Ocavia. 302 13 11 067. Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack* dan *Product Display* terhadap *Impulse Buying* di JJ Mart Pangkalpinang.**

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa *price discount*, *bonus pack* dan *product display* dapat mempengaruhi *impulse buying*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh *price discount*, *bonus pack* dan *product display* terhadap *impulse buying* di JJ Mart Pangkalpinang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 324 responden, sedangkan metode pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *price discount*, *bonus pack* dan *product display*, sedangkan variabel terikatnya adalah *impulse buying*. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian variabel independen  $X_1$  diperoleh  $t_{hitung} (10,096) > T_{tabel} (1,9674)$ , variabel  $X_2$   $t_{hitung} (9,868) > T_{tabel} (1,9674)$  dan variabel  $X_3$   $t_{hitung} (8,186) > T_{tabel} (1,9674)$ . Maka variabel  $X_1$  (*price discount*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (*Impulse buying*), variabel  $X_2$  (*bonus pack*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (*impulse buying*) dan variabel  $X_3$  (*product display*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (*impulse buying*). Hasil uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (87,992) > F_{tabel} (2,63)$ , sedangkan signifikansi  $0,000 < \alpha$  pada taraf signifikansi 0,05 maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen (*price discount*, *bonus pack* dan *product display*) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (*impulse buying*) secara signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel independen (*price discount*, *bonus pack* dan *product display*) mempengaruhi variabel dependen (*impulse buying*) sebesar 44,7% dan sisanya 55,3% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

**Kata Kunci : *Price Discount*, *Bonus Pack*, *Product Display* dan *Impulse Buying***



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan bagaimana mestinya. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sidang keserjanaan Program S-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Dalam penyusunan skripsi penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, baik berupa ilmu pengetahuan, dukungan moril maupun materil. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dian Prihardini Wibawa, S.E.,M.M sebagai dosen pembimbing dan Bapak Khairiyansyah, S.E.,M.M sebagai dosen pembimbing pendamping atas kesabaran dalam bimbingan dan arahnya selama masa penyusunan skripsi. Selain itu juga penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Muh.Yusuf, M.Si selaku Rektor Universitas Bangka Belitung
2. Ibu Dr. Reniati, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Bapak M. Tanggung, S.E.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Ibu Dian Prihardini Wibawa, S.E.,M.M selaku pembimbing utama yang telah berkenan menyediakan waktu dan tidak letih memberikan pengarahan kepada penulis dalam melakukan penelitian ini.

5. Bapak Khairiyansyah, S.E.,M.M selaku pembimbing pendamping yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing serta mengarahkan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Akademik di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung Khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
7. Terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga besar yang selalu memberikan doa dan motivasi sehingga skripsi ini terselesaikan.
8. JJ Mart Pangkalpinang yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi ini.
9. Teman-teman sekelas MN3 angkatan 2013 membantu skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
10. Teman-teman KKN angkatan 11 Belitung Timur Desa Manggar yang telah banyak memberikan pelajaran berharga.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung ini dapat tumbuh dan berkembang.

Balunujuk, Mei 2017

Penulis

Novianti Octavia

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAM PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.6 Sistematika Penelitian .....	12

<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
2.1 Pemasaran .....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	16
2.2 <i>Price Discount</i> .....	16
2.2.1 Pengertian <i>Price Discount</i> .....	16
2.2.2 Tujuan <i>Price Discount</i> .....	17
2.2.3 Macam-Macam Diskon.....	17
2.3 <i>Bonus Pack</i> .....	19
2.3.1 Pengertian <i>Bonus Pack</i> .....	19
2.3.2 Manfaat Penggunaan Strategi <i>Bonus Pack</i> .....	20
2.3.3 Tujuan <i>Bonus Pack</i> .....	20
2.4 <i>Product Display</i> .....	21
2.4.1 Pengertian Produk .....	21
2.4.2 Pengertian Penataan Produk.....	22
2.4.3 Tujuan Penataan Produk.....	23
2.4.4 Pembagian Penataan Produk.....	23
2.5 <i>Impulse Buying</i> .....	26
2.5.1 Pengertian <i>Impulse Buying</i> .....	26
2.5.2 Karakteristik <i>Impulse Buying</i> .....	28
2.5.3 Tipe-Tipe <i>Impulse Buying</i> .....	29
2.5.4 Elemen-Elemen <i>Impulse Buying</i> .....	30
2.6 Penelitian Terdahulu .....	31

2.7 Kerangka Pemikiran .....	35
2.7.1 Gambaran <i>Price Discount</i> , <i>Bonus Pack</i> , <i>Product Display</i> dan <i>Impulse Buying</i> .....	36
2.7.2 Hubungan <i>Price Discount</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	36
2.7.3 Hubungan <i>Bonus Pack</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	37
2.7.4 Hubungan <i>Product Display</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	37
2.7.5 Pengaruh <i>Price Discount</i> , <i>Bonus Pack</i> , <i>Product Display</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	38
2.7 Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	41
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian .....	41
3.3 Populasi, Sampel Dan Pengambilan Sampel .....	42
3.3.1 Populasi .....	42
3.3.2 Sampel .....	42
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5 Jenis Dan Sumber Data .....	45
3.6 Variabel Penelitian .....	45
3.7 Definisi Operasional Variabel .....	47
3.8 Pengukuran Variabel .....	48
3.9 Analisis Data .....	49

3.9.1 Statistik Deskriptif.....	49
3.9.2 Uji Validitas.....	51
3.9.3 Uji Reliabilitas.....	51
3.9.4 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.9.4.1 Uji Multikolonieritas.....	52
3.9.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.9.4.3 Uji Normalitas.....	54
3.9.5 Regresi Berganda.....	55
3.9.6 Uji Hipotesis.....	56
3.9.6.1 Uji t-Tesr.....	56
3.9.6.2 Uji F.....	56
3.9.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....59**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Profil Singkat.....	59
4.1.2 Visi dan Misi JJ Mart Pangkalpinang.....	59
4.1.2.1 Visi.....	59
4.1.2.2 Misi.....	60
4.1.3 Struktur Organisasi JJ Mart Pangkalpinang.....	60
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian.....	63
4.2.1 Karakteristik Responden.....	63
4.2.2 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	66

4.2.3 Rekapitulasi Analisis Deskriptif.....	94
4.3 Hasil Analisis Data.....	94
4.3.1 Uji Validitas .....	94
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	96
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	96
4.3.4 Analisis Regresi Berganda .....	100
4.3.5 Uji t.....	101
4.3.6 Uji F .....	103
4.3.7 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	104
4.4 Pembahasan.....	104

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	111

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar nama minimarket di Kota Pangkalpinang .....	1
Tabel I.2	Produk dengan Harga Diskon .....	9
Tabel I.3	Produk dengan Paket Bonus .....	10
Tabel I.4	Data Prasurvey .....	
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel .....	12
Tabel III.2	Kategori Skala .....	50
Tabel IV.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel IV.2	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	63
Tabel IV.3	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	64
Tabel IV.4	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Pertahun .....	65
Tabel IV.5	Hasil Penelitian Dimensi Diskon Tunai Indikator Diskon Tunggal .....	67
Tabel IV.6	Hasil Penelitian Dimensi Diskon Tunai Indikator Diskon Bertingkat .....	67
Tabel IV.7	Hasil Penelitian Dimensi Diskon Tunai Indikator Diskon <i>All Variant</i> Produk .....	68
Tabel IV.8	Hasil Penelitian Dimensi Diskon Tunai Indikator Diskon <i>Selected</i> Produk .....	69
Tabel IV.9	Hasil Penelitian Dimensi Diskon Kuantitas Indikator Intensitas .....	69



Tabel IV.10 Hasil Penelitian Dimensi Diskon Kuantitas Indikator	
Potongan Pembelian Minimum <i>All Variant</i> Produk .....	70
Tabel IV.11 Hasil Penelitian Dimensi Diskon Kuantitas Indikator	
Potongan Pembelian Minimum <i>Selected</i> Produk .....	71
Tabel IV.12 Hasil Penelitian Dimensi Diskon Musim Indikator	
Potongan pada Waktu Tertentu <i>All Variant</i> Produk .....	71
Tabel IV.13 Hasil Penelitian Dimensi Diskon Musim Indikator	
Potongan pada Waktu Tertentu <i>Selected</i> Produk .....	72
Tabel IV.14 Rata-Rata Jawaban Responden pada Variabel <i>Price</i>	
<i>Discount</i> .....	73
Tabel IV.15 Hasil Penelitian Dimensi Manfaat Strategi Indikator	
Memberikan Penawaran dengan Manfaat Ekstra.....	73
Tabel IV.16 Hasil Penelitian Dimensi Manfaat Strategi Indikator	
Memberikan Penawaran dengan Manfaat Ekstra.....	74
Tabel IV.17 Hasil Penelitian Dimensi Diskon Musim Indikator	
Strategi Bertahan Terhadap Promosi Produk Baru	
Dari Pesaing .....	75
Tabel IV.18 Hasil Penelitian Dimensi Diskon Musim Indikator	
Strategi Bertahan Terhadap Promosi Produk Baru	
Dari Pesaing .....	76
Tabel IV.19 Hasil Penelitian Dimensi Diskon Musim Indikator	
Menghasilkan Pesanan Penjualan Yang Lebih Besar .....	77
Tabel IV.20 Hasil Penelitian Dimensi Diskon Musim Indikator	

	Menghasilkan Pesanan Penjualan Yang Lebih Besar.....	78
Tabel IV.21	Rata-Rata Jawaban Responden pada Variabel <i>Bonus Pack</i> .....	78
Tabel IV.22	Hasil Penelitian Dimensi <i>Window Display</i> Indikator Penyusunan Barang/Produk di Etalase Depan .....	79
Tabel IV.23	Hasil Penelitian Dimensi <i>Window Display</i> Indikator Pemajangan Barang/Produk Memancing Perhatian Orang Yang Lewat .....	80
Tabel IV.24	Hasil Penelitian Dimensi <i>Window Display</i> Indikator Penyusunan Barang Menyatakan Kualitas Yang Baik.....	80
Tabel IV.25	Hasil Penelitian Dimensi <i>Interior Display</i> Indikator Keanekaragaman Jenis Produk .....	81
Tabel IV.26	Hasil Penelitian Dimensi <i>Interior Display</i> Indikator Hiasan- Hiasan Tambahan pada Etalase/Rak pada Barang/Produk .....	82
Tabel IV.27	Hasil Penelitian Dimensi <i>Interior Display</i> Indikator Terdapat Penataan Nama.....	83
Tabel IV.28	Hasil Penelitian Dimensi <i>Exterior Display</i> Indikator Pemasangan Poster .....	83
Tabel IV.29	Hasil Penelitian Dimensi <i>Exterior Display</i> Indikator Penyebaran Brosur .....	84
Tabel IV.30	Hasil Penelitian Dimensi <i>Exterior Display</i> Indikator Pemajangan Di Luar Etalase/Diluar Toko .....	85
Tabel IV.31	Rata-Rata Jawaban Responden Variabel <i>Product Display</i> .....	85

Tabel IV.32	Hasil Penelitian Dimensi Aspek Kognitif Indikator Kegiatan yang Dilakukan Tanpa Pertimbangan Harga Suatu Produk....	86
Tabel IV.33	Hasil Penelitian Dimensi Aspek Kognitif Indikator Kegiatan Tanpa Mempertimbangkan Kegunaan Suatu Produk .....	87
Tabel IV.34	Hasil Penelitian Dimensi Aspek Kognitif Indikator Kegiatan Tanpa Mempertimbangkan Kegunaan Suatu Produk .....	88
Tabel IV.35	Hasil Penelitian Dimensi Aspek Kognitif Indikator Individu Tidak Melakukan Perbandingan Produk .....	89
Tabel IV.36	Hasil Penelitian Dimensi Aspek Kognitif Indikator Individu Tidak Melakukan Perbandingan Produk .....	89
Tabel IV.37	Hasil Penelitian Dimensi Aspek Emosional Indikator Dorongan Perasaan Untuk Segera Mungkin Melakukan Pembelian .....	90
Tabel IV.38	Hasil Penelitian Dimensi Aspek Emosional Indikator Perasaan Kecewa yang Muncul Setelah Melakukan Pembelian .....	91
Tabel IV.39	Hasil Penelitian Dimensi Aspek Emosional Indikator Perasaan Kecewa yang Muncul Setelah Melakukan Pembelian .....	92
Tabel IV.40	Hasil Penelitian Dimensi Aspek Emosional Indikator Proses Pembelian yang Dilakukan Tanpa Perencanaan .....	93

Tabel IV.41 Rata-Rata Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	93
Tabel IV.42 Rekapitulasi Deskriptif Variabel .....	94
Tabel IV.43 Hasil Uji Validitas .....	95
Tabel IV.44 Hasil Uji Reliabilitas.....	96
Tabel IV.45 Hasil Uji Multikolonieritas .....	98
Tabel IV.46 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	100
Tabel IV.47 Hasil Analisis Uji t.....	101
Tabel IV.48 Hasil Analisis Uji F.....	103
Tabel IV.49 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Product Display yang keliru .....	6
Gambar I.3	Data Persentase Penjualan .....	7
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran .....	36
Gambar IV.1	Struktur Organisasi JJ Mart Pangkalpinang .....	60
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	64
Gambar IV.4	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
Gambar IV.5	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan .....	66
Gambar IV.6	Hasil Uji Normalitas .....	97
Gambar IV.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	97

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan  $R^2$
- Lampiran 8 Surat Pengantar Riset
- Lampiran 9 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 10 Surat UPT Bahasa
- Lampiran 11 Keterangan Lulus TOEFL
- Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 14 Kartu Revisi Sidang Skripsi
- Lampiran 15 Dokumentasi Foto