

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *BONUS PACK* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN  
TRANSMART KALIRUNGKUT DI SURABAYA**



OLEH:  
**Michael Wijaya**  
**3103014334**

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *BONUS PACK* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN  
TRANSMART KALIRUNGKUT DI SURABAYA**

SKRIPSI S1  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Bisnis

**Michael Wijaya**  
**3103014334**

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**Pengaruh *Price Discount*, *Bonus Pack* dan *Store Atmosphere* Terhadap  
*Impulse Buying* konsumen Transmart Kalirungkut Surabaya**


**Oleh:**

**Michael Wijaya**

**3103014334**

Telah disetujui dan diterima dengan baik  
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

Tanggal:

Pembimbing II,



Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB

Tanggal:

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Michael W dengan NRP 3103014334 Telah diuji pada tanggal \_\_\_\_\_ dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

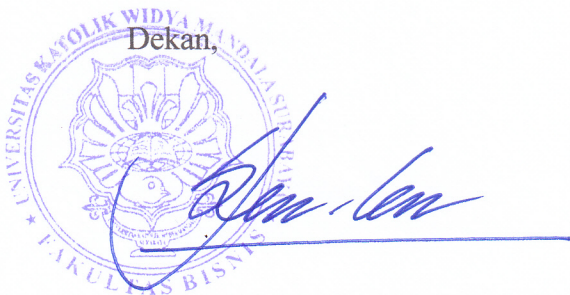
Ketua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si.

NIK: 311.95.0228

Mengetahui:



Dekan,

Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L, S.E., M.Sc

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Michael Wijaya

NRP : 3103014334

Judul Skripsi : Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack Dan Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Transmart Kalirungkut Di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Januari 2019

Yang menyatakan



(Michael Wijaya)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan yang berjudul “Pengaruh *Price Discount, Bonus Pack* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Transmart Kalirungkut Di Surabaya” ini dengan baik. Penulis sangat bersyukur kerana telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan ini dapat selesai dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Bapak Robertus Sigit, H.L.SE.M.SC.. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB., selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Kepada Dosen dan Karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
6. Kepada keluarga saya yang telah memberikan banyak dukungan, doa, cinta dan kasih sayang, dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh.
7. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan.
8. Kepada teman-teman yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan laporan ini, terima kasih atas semangat, bantuan, saran, dan doanya.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya, 23 Januari 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xi
BAB 1 Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.2. Penelitian Terdahulu .....	25
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	26
2.4. Model Pemikiran.....	27
2.5. Hipotesis.....	28
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Desain Penelitian.....	29
3.2. Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29



3.3. Jenis dan Sumber Data .....	31
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	32
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.6. Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1. Karakteristik Responden .....	36
4.2. Statistik Deskriptif.....	38
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
4.4. Uji Regresi Linier Berganda .....	43
4.5. Pembahasan .....	46
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>49</b>
5.1. Simpulan .....	49
5.2. Keterbatasan .....	49
5.3. Saran .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>52</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pertumbuhan Ritel Modern di Indonesia .....	2
Tabel 4.1. Usia .....	36
Tabel 4.2. Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir.....	37
Tabel 4.4. Pendapatan per Bulan.....	37
Tabel 4.5. Interval Rata - Rata Skor.....	38
Tabel 4.6. Deskriptif Jawaban Responden <i>Price Discount</i> .....	38
Tabel 4.7. Deskriptif Jawaban Responden <i>Bonus Pack</i> .....	39
Tabel 4.8. Deskriptif Jawaban Responden <i>Store Atmosphere</i> .....	40
Tabel 4.9. Deskriptif Jawaban Responden <i>Impulse Buying</i> .....	41
Tabel 4.10. Uji Validitas .....	42
Tabel 4.11. Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.12. Hasil Statistik Regresi Linear Berganda .....	44
Tabel 4.13. Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	45
Tabel 4.14. Hasil Uji Pendekatan Nilai Kritis .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	25
Gambar 2.2. Model Penelitian .....	28

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Analisis Regresi Linier Berganda

## ABSTRAK

*Impulse buying* merupakan perilaku yang menarik bagi pengusaha ritel modern, karena *impulse buying* dapat membawa dampak positif bagi pengusaha ritel modern. Terdapat beberapa faktor yang dapat menciptakan *impulse buying*, salah satunya adalah faktor lingkungan toko. Lingkungan toko adalah lingkungan yang relatif tertutup yang dapat menimbulkan dampak berarti pada afeksi, kognisi dan perilaku konsumen. Selanjutnya ada elemen promosi yang dapat memberikan stimulus kepada para konsumen untuk melakukan pembelian *impulsif* di toko. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh pengaruh *price discount*, *bonus pack* dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying* konsumen transmart kalirungkut di surabaya.

Desain penelitian yang diajukan ini adalah penelitian kausalitas. Data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada sebagian konsumen Transmar Kalirungkut Surabaya. Teknik yang digunakan untuk menarik sampel adalah teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 115 orang responden. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *price discount*, *bonus pack*, dan *store environment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* konsumen Transmart Kalirungkut.

Kata Kunci: *Price Discount; Bonus Pack; Store environment, Impulse Buying,*

## **ABSTRACT**

Impulse buying is a behavior that is of interest to the modern retail entrepreneur, since impulse buying can bring positive impact to the modern retail entrepreneurs. There are several factors that can create impulse buying, one of which is the environmental factor. The store environment is a relatively closed environment that can impact means on affection, cognition and behaviour of consumers. Furthermore there is an element of promotion which can provide a stimulus to the impulsive consumer to make a purchase at the store. This research aims to examine the influence of the influence of the price discount, bonus pack and store atmosphere against impulse buying consumers transmart kalirungkut in surabaya.

This proposed research design is the study of causality. Research data obtained by distributing the questionnaire to most consumers Transmar Kalirungkut in Surabaya. Techniques used to draw a sample of purposive sampling technique was. The sample of this research as many as 115 people respondents. The results of this study found that the price discount, bonus pack, and store environment positive and significant effect against impulse buying consumers Transmart Kalirungkut.

**Keywords:** Discount Price; Bonus Pack; Store environment, Impulse Buying,