

**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, DISKON HARGA, DAN
BUNDLING PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
IMPULSE BUYING PADA ALFAMART
SUNTER JAYA, JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

**SANDI SULAIMAN
21160600383**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, DISKON HARGA, DAN
BUNDLING PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
IMPULSE BUYING PADA ALFAMART
SUNTER JAYA, JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

**SANDI SULAIMAN
21160600383**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, DISKON HARGA, DAN *BUNDLING* PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING* PADA ALFAMART SUNTER JAYA, JAKARTA UTARA

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Desember 2020



Sandi Sulaiman
NPM : 21160600383

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, DISKON HARGA, DAN *BUNDLING* PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING* PADA ALFAMART SUNTER JAYA, JAKARTA UTARA

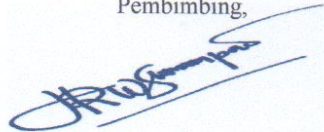
dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta,

Desember 2020

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si.



Muhammad Munsad B.A., M.Sc.

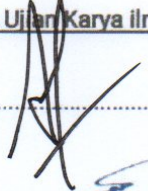
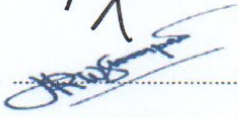
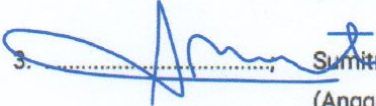
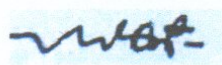
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, DISKON HARGA, DAN
BUNDLING PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN *IMPULSE*
BUYING PADA ALFAMART
SUNTER JAYA, JAKARTA UTARA**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh
Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal
28 Januari 2021 dengan nilai A-.

Panitia Ujian Karya ilmiah

1. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si.
(Pembimbing)
3. ; Sumitro, Drs, M.Sc
(Anggota Penguji)
4. ; Doddi Prastuti, SE., MBA
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Bapak Sumitro, Drs, M.Sc dan Ibu Doddi Prastuti, SE., MBA selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Ibu Dr. Diah Pranitasari, SP., MM. selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc. selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pihak Alfamart Sunter Jaya, Jakarta Utara, khususnya bapak Ibnu Rifai sebagai ACOS, yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan
8. Kepada Ibunda tercinta Kuresin dan Ayahanda tercinta Tarman, yang tak henti-hentinya memberikan doa terbaik dan dukungan, serta tidak pernah mengenal lelah dalam mewujudkan impian peneliti hingga penulis sampai pada tahap ini.
9. Kepada Uwa tersayang Rasidi dan Kakak sepupu Wafkani badrun dan

keluarga besar Bapak Darsa (keluarga dari ayah) juga keluarga besar bapak Iyut (keluarga dari ibu) yang selalu memberikan doa dan dukungannya untuk selalu semangat mengerjakan tugas akhir ini

10. Kepada rekan – rekan seperjuangan Manajemen Karyawan 2016 yang telah mau bertukar pikiran khususnya Urip Lola Aryanto, Rujito, Fahmi Alzamendi Prabowo, Wahyudin Adi Putra, Puspa Rini, Dewi Anggita, Leni Nuraini, Kiki ,Faris Pradana,Lisa Rheana Novriyanthi. sehingga peneliti bisa lebih memahami segala bentuk persoalan dan sama-sama selama kurang lebih empat tahun menjalankan suka dukanya dalam menjalankan perkuliahan.
11. Kepada Hafidatul karimah yang telah membantu dan selalu memberi semangat serta selalu mendengarkan keluh kesah saat mengerjakan tugas akhir ini juga selalu menemani saat pengambilan data dan juga saat mengerjakan tugas akhir ini
12. Kepada Waroeng Gokilz dan Depot te Sate yang selalu menerima dan selalu menyediakan tempat buat saya mengerjakan tugas ini dan juga menyediakan tempat bimbingan skripsi
13. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian karya ilmiah ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, Desember 2020

SANDI SULAIMAN
NPM 21160600383

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SANDI SULAIMAN
NPM : 21160600383
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

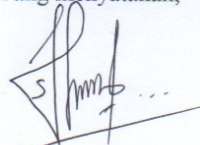
PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, DISKON HARGA, DAN *BUNDLING* PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING* PADA ALFAMART SUNTER JAYA, JAKARTA UTARA

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Desember 2020

Yang menyatakan,



Sandi Sulaiman

Sandi Sulaiman
NPM : 21160600383
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si.

PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, DISKON HARGA, DAN *BUNDLING* PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN *IMPULSE BUYING* PADA ALFAMART SUNTER JAYA, JAKARTA UTARA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *display* produk, diskon harga, dan *bundling* produk terhadap keputusan *impulse buying* pada Alfamart Sunter Jaya, Jakarta Utara.

Metoda penelitian yang digunakan adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Alfamart Sunter Jaya, Jakarta Utara. Sampel yang digunakan adalah 97 orang. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS.

Berdasarkan hasil menunjukkan keputusan *impulse buying* pada Alfamart Sunter Jaya, Jakarta Utara secara parsial dipengaruhi *display* produk, diskon harga dan *bundling* produk serta keputusan *impulse buying* pada Alfamart Sunter Jaya, Jakarta Utara secara simultan dipengaruhi *display* produk, diskon harga, dan *bundling* produk.

Kata kunci : Display Produk, Diskon Harga, Bundling Produk, Keputusan Impulse Buying

Sandi Sulaiman
NPM : 21160600383

Lecturer :
Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si.
Programme Study S-1 Management

THE EFFECT OF PRODUCT DISPLAY, PRICE DISCOUNT, AND PRODUCT BUNDLING ON IMPULSE BUYING DECISION AT ALFAMART SUNTER JAYA, JAKARTA UTARA

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product displays, price discounts, and product bundling on impulse buying decisions at Alfamart Sunter Jaya, North Jakarta.

The research method used is a survey method, using a questionnaire as a data collection tool. The population in this study were consumers at Alfamart Sunter Jaya, North Jakarta. The sample used was 97. The analysis tool used is SPSS.

Based on the results, the impulse buying decision at Alfamart Sunter Jaya, North Jakarta is partially influenced by product displays, price discounts and product bundling and the impulse buying decision at Alfamart Sunter Jaya, North Jakarta is simultaneously influenced by product displays, discounts price, and product bundling.

Keywords: Product Display, Price Discounts, Product Bundling, Impulse Buying Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 8
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	16
2.2.1. Manajemen, pemasaran dan manajemen pemasaran	16
2.2.2. <i>Display</i> produk	18
2.2.3. Diskon harga	23
2.2.4. <i>Bundling</i> produk	27
2.2.5. Keputusan <i>impulse buying</i>	31

	Halaman
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	33
2.3.1. Pengaruh <i>display</i> produk terhadap keputusan <i>impulse buying</i>	33
2.3.2. Pengaruh diskon harga terhadap keputusan <i>impulse buying</i>	34
2.3.3. Pengaruh <i>bundling</i> produk terhadap keputusan <i>impulse buying</i>	35
2.4. Pengembangan Hipotesis	35
2.5. Kerangka Konseptual Pemikiran.....	36
 BAB III METODA PENELITIAN.....	 37
3.1. Strategi Penelitian	37
3.2. Populasi dan Sampel	37
3.2.1. Populasi penelitian.....	37
3.2.2. <i>Sampling</i> dan Sampel penelitian	37
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	39
3.3.1. Jenis Data.....	39
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data	39
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	43
3.5. Metoda Analisis Data.....	44
3.5.1. Metoda pengolahan data.....	44
3.5.2. Metoda penyajian data.....	45
3.5.3. Analisis statistik data.....	45
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 49
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	49
4.2. Deskripsi Responden.....	50
4.3. Deskripsi Data	52
4.3.1. Deskripsi data variabel <i>display</i> produk	52
4.3.2. Deskripsi data variabel diskon harga.....	53
4.3.3. Deskripsi data variabel <i>bundling</i> produk.....	54
4.3.4. Deskripsi data variabel keputusan <i>impulse buying</i>	55

	Halaman
4.4. Hasil Pengujian Penelitian Instrumen	57
4.4.1. Uji Validitas.....	57
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	59
4.5. Analisis Statistik Data	60
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi.....	60
4.5.2. Pengujian hipotesis.....	65
4.6. Temuan Hasil Penelitian	67
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 72
5.1. Simpulan	72
5.2. Saran.....	72
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	73
 DAFTAR REFERENSI	 74
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Bobot Nilai Skala Likert	40
Tabel 3.2. Variabel Indikator Penelitian	41
Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.3. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Status Perkawinan.....	51
Tabel 4.5. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan	51
Tabel 4.6. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Sudah berapa kali berkunjung ke Alfamart Sunter Jaya, Jakarta Utara dalam bulan	52
Tabel 4.7. Total Skor Jawaban Responden Variabel <i>Display</i> Produk (X ₁).....	52
Tabel 4.8. Total Skor Jawaban Responden Variabel Harga diskon (X ₂)	53
Tabel 4.9. Total Skor Jawaban Responden Variabel <i>Bundling</i> produk (X ₃)...	55
Tabel 4.10. Total Skor Jawaban Responden Variabel Keputusan <i>impulse buying</i> (Y).....	56
Tabel 4.11. Validitas Instrumen Per Butir untuk Variabel <i>Display</i> Produk (X ₁)	57
Tabel 4.12. Validitas Instrumen Per Butir untuk Variabel Harga diskon (X ₂) .	58
Tabel 4.13. Validitas Instrumen Per Butir untuk Variabel <i>Bundling</i> produk (X ₃)	58
Tabel 4.14. Validitas Instrumen Per Butir untuk Variabel Keputusan <i>impulse buying</i> (Y).....	59
Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	60
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi Parsial <i>Display</i> produk (X ₁) Terhadap Variabel Keputusan <i>impulse buying</i> (Y).....	61
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Harga diskon (X ₂) Terhadap Variabel Keputusan <i>impulse buying</i> (Y).....	62

	Halaman
Tabel 4.18. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Bundling produk (X_3) Terhadap Variabel Keputusan <i>impulse buying</i> (Y).....	63
Tabel 4.19. Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan <i>Display</i> Produk (X_1), Variabel Harga diskon (X_2), dan Variabel Bundling produk (X_3) Terhadap Variabel Keputusan <i>impulse buying</i> (Y).....	64
Tabel 4.20. Pengujian Hipotesis Parsial <i>Display</i> produk (X_1), Variabel Harga diskon (X_2), dan Variabel <i>Bundling</i> produk (X_3) Terhadap Variabel Keputusan <i>impulse buying</i> (Y).....	65
Tabel 4.21. Pengujian Hipotesis Simultan <i>Display</i> produk (X_1), Variabel Harga diskon (X_2), dan Variabel <i>Bundling</i> produk (X_3) Terhadap Variabel Keputusan <i>impulse buying</i> (Y).....	67
Tabel 4.22. Matriks Hasil Penelitian.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	36
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel <i>Display</i> produk (X_1).....	53
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel Harga diskon (X_2).....	54
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel <i>Bundling</i> produk (X_3)	55
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Keputusan <i>impulse buying</i> (Y)	56
Gambar 4.5 Hasil Penelitian	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner Variabel <i>Display</i> produk.....	82
Lampiran 3. Tabulasi Kuesioner Variabel Harga diskon	85
Lampiran 4. Tabulasi Kuesioner Variabel <i>Bundling</i> produk.....	88
Lampiran 5. Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan <i>impulse buying</i>	91
Lampiran 6. Data Berpasangan Variabel X ₁ , X ₂ , X ₃ dan Y	94
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel X ₁ , X ₂ , X ₃ dan Y	97
Lampiran 8. Output SPSS Deskripsi Data.....	101
Lampiran 9. Output SPSS Koefisien Determinasi Parsial.....	102
Lampiran 10. Output SPSS Koefisien Determinasi Simultan	103
Lampiran 11. Surat Keterangan Riset.....	104
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup	105