

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
MELAKUKAN *IMPULSE BUYING* PADA RITEL MODERN
DI KOTA CIREBON (STUDI KASUS KONSUMEN YOGYA GROUP)**

***FACTORS INFLUENCING CONSUMER IMPULSE BUYING
IN MODERN RETAIL IN CIREBON CITY
(YOGYA GROUP CONSUMER CASE STUDY)***



Disusun oleh:

Alifa Nur Saffana

20200430246

PROGRAM STUDI EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
MELAKUKAN *IMPULSE BUYING* PADA RITEL MODERN
DI KOTA CIREBON (STUDI KASUS KONSUMEN YOGYA GROUP)**

***FACTORS INFLUENCING CONSUMER IMPULSE BUYING
IN MODERN RETAIL IN CIREBON CITY
(YOGYA GROUP CONSUMER CASE STUDY)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogayakarta



Disusun oleh:

Alifa Nur Saffana

20200430246

PROGRAM STUDI EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Alifa Nur Saffana

Nomor Mahasiswa : 20200430246

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MELAKUKAN IMPULSE BUYING PADA RITEL MODERN DI KOTA CIREBON (STUDI KASUS KONSUMEN YOGYA GROUP)”**. Tidak terdapat karya 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 28 Mei 2024



Alifa Nur Saffana

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Papah Mu'alifin, Mamah Sri Hartati, Kakak Tia Alfina Rosa, Kakak Asifa Nur Iftikar, Adik Arshaka Danendra Alrafanza, dan keluarga besar saya yang selalu ada dan mendoakan yang terbaik untuk saya.

KATA PENGHANTAR

Segala puji bagi Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MELAKUKAN IMPULSE BUYING PADA RITEL MODERN DI KOTA CIREBON (STUDI KASUS KONSUMEN YOGYA GROUP)” Shalawat serta salam juga kita limpahkan kepada Nabi agung kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, teman, dan sahabatnya semoga kita mendapatkan syafaatnya dihari akhir, Amiin. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan agar mendapat gelar sarjana pada Program Studi Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian dalam skripsi ini juga tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan pihak lain, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP., IPM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Prof. Dr. Endah Saptutyningsih, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Ahmad Ma'ruf, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan proses skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi yang selama ini memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

6. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Papah Mu'alifin dan Mamah Sri Hartati yang selalu mendo'akan, mensupport dan menjadi sumber kekuatan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Kakak kandung Tia Alfina Rosa dan Asifa Nur Iftikar yang selalu memberikan masukan, dukungan, dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Keponakan Arshaka Danendra yang telah menghibur penulis dengan tingkah lakunya dikala penat.
9. Ardan Prayoga teman seperjuangan skripsi penulis yang telah membantu dan tidak henti-hentinya memberikan dukungan semangat dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada Poetri Ayuningtyas sahabat saya yang telah sabar membantu banyak serta dukungan semangat motivasi kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih pula saya tujukan kepada Vira Regina, Ghefira Aulya Putri, sahabat penulis yang selalu memberi dukungan dan motivasi serta membantu penulis dan menemani menghibur penulis dikala penat dalam penyelesaian tugas akhir ini.
12. Obito kawan yang selalu menemani penulis pada proses pengerjaan skripsi.
13. Terimakasih kepada diri saya sendiri Alifa Nur Saffana yang sudah kuat melewati segala lika-liku yang terjadi. Saya bangga pada diri saya sendiri, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

14. Rekan-Rekan Mahasiswa/i Ekonomi Angkatan 2020. Terima kasih atas kenangan dan pengalamannya.
15. Semua pihak yang bersangkutan dalam penyelesaian skripsi penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis dapat menyadari tanpa Ridho dan pertolongan dari Allah SWT, serta bantuan, dukungan, motivasi dari segala pihak skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penulisan ini, penulis ucapkan banyak terima kasih dan semoga Allah SWT membalas segera kebaikan kalian. *Aamiin* Yarabbal'amin. Dengan hal ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan penulis dalam menyusun skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran sangat saya perlukan untuk mendalami tulisan saya ini.

Yogyakarta, 28 Mei 2024



Alifa Nur Saffana

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGHANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori	14
1. Teori Pemasaran	14
2. Teori Perilaku Konsumen.....	15
3. <i>Impulse Buying</i>	21
4. Kualitas Pelayanan	26
5. <i>Price Discount</i>	29
6. <i>Display Product</i>	33
7. <i>Hedonic Shopping Value</i>	35
B. Hubungan Antar Variabel	37
C. Hasil Penelitian Terdahulu	39
D. Kerangka Pikiran.....	42
E. Hipotesis.....	43
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	45
A. Subjek dan Objek Penelitian	45
B. Jenis dan Sumber Data.....	45
C. Teknik Pengambilan Populasi dan Sampel	45
D. Teknik Pengumpulan Data	48
E. Definisi Operasional Variabel.....	49
F. Metode Analisis Data	51
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	58
A. Gambaran Umum Perusahaan	58
B. Sejarah Singkat Perusahaan	58
C. Visi dan Misi Perusahaan.....	60
D. Perusahaan Yogya Group Cabang Cirebon.....	61
E. Karakteristik Responden	63
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Uji Instrumen Penelitian	67
B. Uji Asumsi Klasik.....	70

C. Analisis Regresi Linier Berganda	76
D. Uji Hipotesis.....	78
E. Analisis Koefisien Determinasi	81
F. Pembahasan Hasil Penelitian	83
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Ritel Modern di Kota Cirebon 2018-2023.....	6
Tabel 3. 1 Sampling Frame.....	48
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja	66
Tabel 5. 1 Uji Validitas.....	68
Tabel 5. 2 Uji Reliabilitas	70
Tabel 5. 3 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	71
Tabel 5. 4 Uji Multikolinieritas.....	74
Tabel 5. 5 Metode dalam Analisis Regresi Linier Berganda	76
Tabel 5. 6 Analisis Regresi Linier Berganda	76
Tabel 5. 7 Uji T.....	79
Tabel 5. 8 Uji F.....	81
Tabel 5. 9 Koefisien Determinasi dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Price Discount (X2), Display Product (X3) dan Hedonic Shopping Value (X4) Terhadap Impulse Buying (Y)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Peningkatan dan Penurunan Retail di Indonesia 2017-2021 ..	3
Gambar 4. 1 Logo Yogya Group.....	58
Gambar 5. 1 Histogram Uji Normalitas	71
Gambar 5. 2 P-Plot Uji Normalitas	72
Gambar 5. 3 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	75