

HALAMAN MOTTO

" Mission : Graduated

Next mission : Sukses dan bikin bangga orang tua.

Graduated today, Branding the world tomorrow "

(Mamah)

" Apapun yang sudah terjadi dalam hidupmu, jangan katakan "seandainya" tapi katakan " Qadarullah " karna semua yang terjadi adalah takdir dan takdir Allah itu selalu baik, karna Allah itu Maha Baik "

(Ustadz Hannan Attaki)



HALAMAN PERSEMBAHAN

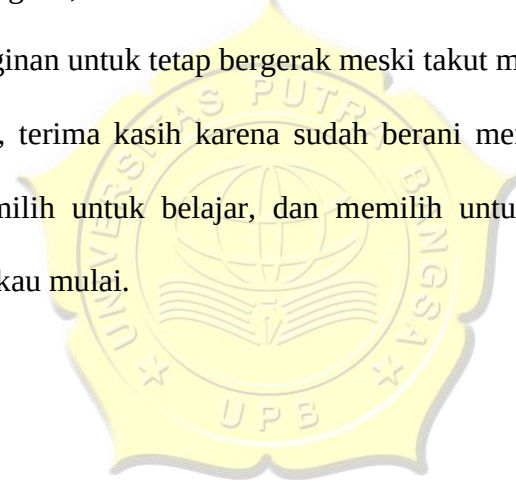
Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kepada pemilik mutlak seluruh zat dan alam semesta, yang menguasai, mengatur, dan berkuasa atas segala sesuatu. Allah SWT, Sang Maha Pemilik Arah. Terima kasih telah Menjadi satu-satunya rumah tempatku pulang saat dunia terasa begitu kabur dan bising. Terima kasih telah menjaga waras dan langkahku, bahkan di saat penulis hampir lupa alasan untuk tetap hidup. Nadin Amizah benar adanya, "Nyawaku nyala karna dengan-Mu."
2. Cinta pertama saya, Ayahanda Suradi. Beliau memang tidak sempat bangku perkuliahan namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana. *I love you more more and more..*
3. Kepada Pintu surgaku, Ibunda Sri Yuliana terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempat untuk pulang, Ibu. *I love you more more and more.*
4. Kepada adik saudara kandung penulis Khalisah Muzafarrah dan Rayyan Shidiq Abdillah, yang melalui kebersamaan, perhatian, serta kasih sayang

yang tulus telah menghadirkan kekuatan dan keteguhan bagi penulis dalam melewati berbagai proses hingga sampai pada tahap ini.

5. Sahabat dekat penulis, Kurnia Hidayah yaitu sahabat tersayang. Terimakasih atas setiap waktu yang diluangkan, memberikan dukungan, motivasi, semangat, doa, pendengar yang baik, serta menjadi rekan yang menemani penulis dari awal perkuliahan sampai selesai skripsi. Tiada hentinya memberikan motivasi kepada penulis agar skripsi dapat selesai secara tepat waktu, dan berjuang agar siap menghadapi ujian sidang skripsi bersama
6. Kepada sahabat tercinta “Open 24 Hours” (Nia, Adel ,Nur, dan Anggel) pertemuan kita di bangku perkuliahan adalah anugerah yang tak pernah penulis duga. Kalian bukan sekadar teman, melainkan sahabat yang selalu hadir di seliap fase perjalanan hidup penulis. Terima kasih untuk setiap tawa yang menguatkan, cerita yang menemani, dan kebersamaan yang membuat segala lelah terasa lebih ringan. Kchadiran kalian bukan hanya mengisi hari-hari selama perkuliahan, tetapi juga meninggalkan jejak hangat yang akan selalu penulis ingat. Semoga persahabatan ini tetap terjaga, melampaui jarak, waktu, dan kesibukan yang akan datang.
7. Kepada seluruh penghuni Kelas MJRA, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis dan menghadirkan berbagai pengalaman serta kenangan selama masa perkuliahan.
8. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Najah Ummu Sakhawah, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika jalan di depan terasa gelap, ketika

keraguan datang silih berganti, dan ketika langkah terasa berat untuk di teruskan. Terima kasih karena tetap memilih melanjutkan, walau seringkali tidak tahu pasti kemana arah ini membawa. Terima kasih karena telah menjadi teman paling setia bagi diri sendiri, hadir dalam sunyi, dalam lelah, dalam diam yang penuh tanya, terima kasih karena sudah mempercayai proses, meski hasil belum sesuai harapan. Meski harus menghadapi kegagalan, kebingungan, bahkan perasaan ingin menyerah. Terima kasih karena tetap jujur pada rasa takut, namun tidak membiarkan rasa takut itu membatasi langkah, karena keberanian bukanlah ketiadaan rasa takut, melainkan keinginan untuk tetap bergerak meski takut masih melekat erat, dan paling penting, terima kasih karena sudah berani memilih. Memilih untuk mencoba, memilih untuk belajar, dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah engkau mulai.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Price Discount*, *Hedonic Shopping Motivation*, dan *Visual Merchandising* terhadap *Impulse Buying* pada *customer* produk *skincare* dan *makeup* di Family Enam Kebumen. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert kepada 100 responden, yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan statistik yang diuji menggunakan analisis regresi linier berganda meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Price Discount* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Hedonic Shopping Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Visual Merchandising* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*, serta *Price Discount*, *Hedonic Shopping Motivation*, dan *Visual Merchandising* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* pada *customer* produk *skincare* dan *makeup* di Family Enam Kebumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu meningkatkan kecenderungan konsumen melakukan pembelian secara spontan. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) menunjukkan bahwa variabel *Impulse Buying* sebesar 0,544 artinya sebesar 54,4% variabel *Impulse Buying* dapat dijelaskan oleh *Price Discount*, *Hedonic Shopping Motivation*, dan *Visual Merchandising*. Sedangkan sisanya sebesar 45,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Price Discount*, *Hedonic Shopping Motivation*, *Visual Merchandising*, dan *Impulse Buying*.

ABSTRACTION

This study aims to examine the effect of Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, and Visual Merchandising on Impulse Buying among customers of skincare and makeup products at Family Enam Kebumen. Data were collected through the distribution of Likert-scale questionnaires to 100 respondents selected using the purposive sampling method. The data were analyzed using descriptive and statistical analysis, including multiple linear regression analysis, validity test, reliability test, classical assumption test, t-test, F-test, and coefficient of determination test with the assistance of SPSS software. The results of the hypothesis testing indicate that Price Discount has a significant effect on Impulse Buying, Hedonic Shopping Motivation has a significant effect on Impulse Buying, Visual Merchandising has a significant effect on Impulse Buying, and Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, and Visual Merchandising simultaneously have a significant effect on Impulse Buying among customers of skincare and makeup products at Family Enam Kebumen. The findings also show that these three variables are able to increase consumers' tendency to make spontaneous purchases. The coefficient of determination (Adjusted R Square) shows that the Impulse Buying variable has a value of 0.544, indicating that 54,4% of the variation in Impulse Buying can be explained by Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, and Visual Merchandising, while the remaining 45,6% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, Visual Merchandising, and Impulse Buying.

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum warraahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah robbil'alamin segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan segala rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, Dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Customer Produk Skincare Dan Makeup Family Enam Kebumen*". Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

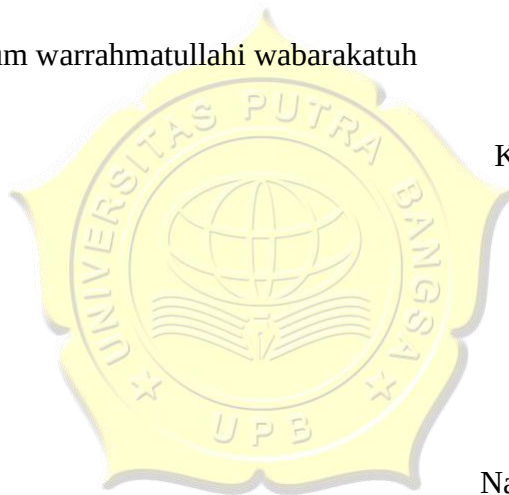
Skripsi ini sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh saat perkuliahan kedalam realita penelitian ilmiah. Penggunaan teori pada beberapa literatur, adanya izin yang diberikan untuk dapat melaksanakan penelitian, dan penyebaran kuisioner yang terlaksana dengan baik adalah sebagai pendukung keberhasilan ketika memulai proses pembuatan skripsi hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Joko Fitra, M.Sc.,M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung ikut berperan sampai berjalan lancar dan skripsi selesai dengan baik.

Penulis berharap semoga hasil penyelesaian skripsi ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya sebagai literatur yang baik digunakan, dan mohon maaf apabila masih terdapat kekeliruan dalam penulisan skripsi ini.

Wasssalammu'alaikum warrahmatullahi wabarakatuh



Kebumen, 14 Juli 2026

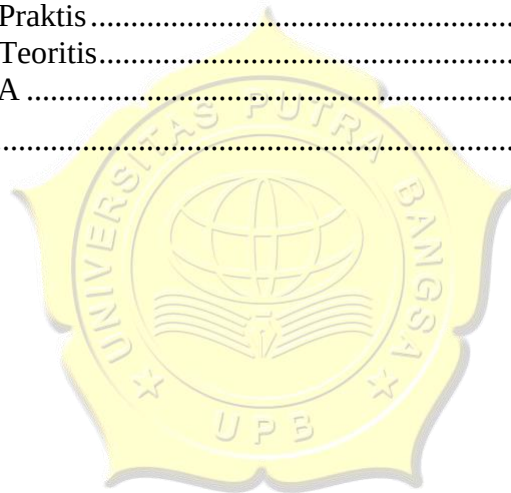
Penulis

Najah Ummu Sakhawah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACTION.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	15
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II.....	20
KAJIAN PUSTAKA.....	20
2.1. Tinjauan Teori	20
2.1.1. <i>Impulse buying</i>	20
2.1.2. <i>Price discount</i>	25
2.1.3. <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	29
2.1.4. <i>Visual Merchandising</i>	33
2.2. Penelitian Terdahulu	37
Tabel II- 1.....	46
2.3. Hubungan Antar Variabel	47
2.4. Model Empiris.....	50
2.5. Hipotesis.....	50
BAB III	52
METODE PENELITIAN.....	52
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	52
3.2. Variabel Penelitian	52
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	53

3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	57
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6. Populasi dan Sampel	62
3.7. Teknik Analisis	64
3.8. Alat Analisis Data	65
BAB IV	74
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	74
4.1. Analisis Deskriptif.....	74
4.2. Analisis Statistik.....	81
4.3. Pembahasan	95
BAB V.....	100
SIMPULAN	100
5.1. Simpulan.....	100
5.2. Keterbatasan Penelitian	101
5.3. Implikasi.....	102
5.3.1. Implikasi Praktis	102
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	105
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	118



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Hasil Observasi Ritel di Kebumen	6
Tabel I-2 Hasil Observasi Faktor Yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying Customer</i> Family Enam Kebumen Pada Produk <i>Skincare</i> Dan <i>Makeup</i>	7
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	44
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Impulse Buying</i>	54
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Price Discount</i>	55
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	56
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Visual Merchandising</i>	57
Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel IV- 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel IV- 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili	79
Tabel IV- 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	80
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas <i>Price Discount</i>	82
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	83
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas <i>Visual Mechandising</i>	83
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i>	84
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	85
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	86
Tabel IV- 12 Hasil Uji Normalitas.....	88
Tabel IV- 13 Hasil Uji Linearitas.....	88
Tabel IV- 14 Hasil Regresi Uji t	89
Tabel IV- 15 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	92
Tabel IV- 16 Hasil Regresi Uji F	94
Tabel IV- 17 Hasil Regresi Uji Koefisien Determinasi.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Kerangka Empiris.....	50
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	119
Lampiran II Tabulasi Data Kuesioner	126
Lampiran III Data Hasil Kuesioner	130
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	142
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas	145
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik	146
Lampiran VII Hasil Uji Hipotesis	149
Lampiran VIII r Tabel	150
Lampiran IX Tabel r	154
Lampiran X Tabel F	157
Lampiran XI Kartu Konsultasi Skripsi	160
Lampiran XII Kartu Tanda Peserta Seminar	161

