

HALAMAN MOTTO

“Life Is A Tragedy When Seen In Close-Up, But Comedy In Long-Shot”

-Chalie Chaplin



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas terselesaikannya penulisan skripsi ini, saya mempersembahkan karya ilmiah ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, atas doa, dukungan moral maupun material, serta kasih sayang yang tak ternilai, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Intan Muliana Rhamdhani, selaku dosen pembimbing, yang telah dengan penuh kesabaran dan ketelitian membimbing, memberikan arahan, serta dukungan selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Viewers dan komunitas YouTube Dororo, yang telah memberi semangat, dukungan dan doa yang turut menguatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
4. Teman-teman saya, yang telah memberikan dukungan, do'a dan kerjasamanya untuk berjuang sejauh ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sales promotion*, *sales person* dan *utilitarian value* terhadap *impulse buying* di Alfamart Wonosari. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan bantuan perangkat lunak SPSS 30 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *sales promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying*, *sales person* berpengaruh terhadap *impulse buying* dan *utilitarian value* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*. *sales promotion*, *sales person* dan *utilitarian value* berpengaruh secara simultan terhadap *impulse buying* pada konsumen di Alfamart Wonosari.

Kata Kunci : *sales promotion*, *sales person*, *utilitarian value*, dan *impulse buying*



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of sales promotion, sales person, and utilitarian value on impulse buying at Alfamart Wonosari. This research employs a quantitative approach using a purposive sampling method. Data were collected through questionnaires with a Likert scale, involving a total sample of 100 respondents. The data analysis techniques used include validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination, with the assistance of SPSS version 30 for Windows. The results of the study indicate that sales promotion and sales person have a significant effect on impulse buying, while utilitarian value does not. Simultaneously, sales promotion, sales person, and utilitarian value have an influence on impulse buying among consumers at Alfamart Wonosari.

Keywords: sales promotion, sales person, utilitarian value, impulse buying



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Sales Promotion, Sales Person, dan Utilitarian Value terhadap Impulse Buying di Alfamart Wonosari.”***

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Universitas Putra Bangsa Kebumen. Penulisan skripsi ini juga merupakan wujud konkret dari upaya penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam konteks nyata, khususnya dalam ranah penelitian ilmiah. Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam menyusun karya ilmiah ini dengan mengandalkan kemampuan yang dimiliki, serta melakukan analisis yang merujuk pada teori-teori yang relevan dan didukung oleh berbagai literatur yang mendukung. Meskipun demikian, penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan ini masih terdapat berbagai kekurangan, yang tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik berupa tenaga, pikiran, motivasi, maupun bantuan lainnya dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.

2. Bapak Parmin, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Seluruh dosen, staf, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen atas segala ilmu, bantuan, dan fasilitas yang telah diberikan selama masa studi hingga selesainya skripsi ini.
4. Kedua orang tua tercinta, atas doa, dukungan moral maupun material, serta kasih sayang yang tak ternilai, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Intan Muliana Rhamdhani, selaku dosen pembimbing, yang telah dengan penuh kesabaran dan ketelitian membimbing, memberikan arahan, serta dukungan selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Viewers dan komunitas YouTube Dororo, yang telah memberi semangat, dukungan dan doa yang turut menguatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
7. Teman-teman saya, yang telah memberikan dukungan, do'a dan kerjasamanya untuk berjuang sejauh ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis juga menyadari bahwa karya ilmiah ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi yang berguna bagi seluruh pihak yang memerlukannya.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	18
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II.....	20
KAJIAN TEORI	20
2.1. Tinjauan Teori	20
2.1.1. <i>Impulse Buying</i>	20

2.1.2.	<i>Sales Promotion</i>	26
2.1.3.	<i>Sales Person</i>	31
2.1.4.	<i>Utilitarian Value</i>	33
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	35
2.3.	Hubungan Antar Variabel	51
2.1.	Model Empiris.....	55
2.2.	Hipotesis.....	56
BAB III		58
METODE PENELITIAN		58
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	58
3.2.	Variabel Penelitian	58
3.3.	Definisi Operasional Variabel	59
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	62
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.6.	Populasi dan Sampel	66
3.7.	Teknik Analisis.....	68
BAB IV		77
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		77
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	77
4.2.	Analisis Deskriptif.....	78
4.3.	Analisis Statistik.....	82
4.4	Pembahasan	94
BAB V		99
SIMPULAN		99
5.1.	Simpulan.....	99

5.2. Keterbatasan	101
5.3. Implikasi.....	102
5.3.1 Implikasi Praktis	102
5.3.2 Implikasi Teoritis	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	114



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Hasil Wawancara Pengunjung Ritel di Jalan Kutoarjo Kebumen	4
Tabel I- 2 Hasil Wawancara Alasan Melakukan Pembelian Tidak Terencana	5
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Impulse Buying	60
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Sales Promotion	61
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Sales Person	61
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Utilitarian Value	62
Tabel IV- 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel IV- 2 Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel IV- 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel IV- 4 Responden Berdasarkan Pendapatan	80
Tabel IV- 5 Responden Berdasarkan Domisili	80
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Impulse Buying (Y)	83
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Sales Promotion (X_1)	83
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Sales Person (X_2)	84
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel Utilitarian Value (X_3)	84
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel IV- 11 Hasil Uji Normalitas	86
Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolinearitas	87
Tabel IV- 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
Tabel IV- 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	89
Tabel IV- 15 Hasil Uji Parsial (Uji t)	91
Tabel IV- 16 Hasil Uji Simultan (Uji F)	93
Tabel IV- 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	56
---------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	114
Lampiran 2 Data Identitas Responden	120
Lampiran 3 Data Tabulasi Kuesioner	122
Lampiran 4 Uji Validitas	126
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	128
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	129
Lampiran 7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	130
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	130
Lampiran 9 R Tabel.....	132
Lampiran 10 T Tabel	135
Lampiran 11 F Tabel	138
Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi.....	141
Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal Skripsi	142

