

HALAMAN MOTO

“orang lain tidak akan paham dengan struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanyalah bagian dari success stories kita saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak akan ada yang tepuk tangan. Kelak dari kita sendiri di masa depan akan sangat bangga dengan napa yang telah kita perjuangkan hari ini. Jadi tetap berjuang dan semangat ya”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendo'akan saya.
2. Kakak dan Adek terhebat saya yang selalu mensupport saya dalam menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Kholifah S.E., M.M selaku dosen pembimbing.
4. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Teman terdekat saya yang sudah memberi semangat penulis selama penelitian.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Viral Marketing*, *Price Discount*, dan Kualitas Pelayanan terhadap *Impulse Buying* pada Store Miniso di Trio Mall Kebumen. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan kriteria berumur 17 tahun dan sudah pernah berbelanja di Store Miniso Trio Mall Kebumen. Pengambilan data menggunakan kuesioner (angket). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan nonprobability sampling dengan purposive sampling yang dibantu dengan alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS versi 26.0. Analisis yang digunakan meliputi uji instrument validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, analisis jalur, uji hipotesis, dan analisis korelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) *Viral Marketing* Berpengaruh terhadap *Impulse Buying*, (2) *Price Discount* tidak Berpengaruh terhadap *Impulse Buying*, (3) Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap *Impulse Buying*,

Kata Kunci: *Viral Marketing*, *Price Discount*, Kualitas Pelayanan, dan *Impulse Buying*



ABSTRACT

This study aims to examine the effects of viral marketing, price discounts, and service quality on impulse buying at the Miniso store in Trio Mall Kebumen. A total of 100 respondents aged 17 years or older who had previously shopped at Miniso Trio Mall Kebumen participated in the study. Data were collected using a structured questionnaire. Non-probability purposive sampling was employed, and data were processed with SPSS version 26.0. The analysis procedures included instrument validity and reliability tests, classical assumption testing, path analysis, hypothesis testing, and correlation analysis. The results indicate that (1) viral marketing has a significant positive effect on impulse buying, (2) price discounts do not significantly influence impulse buying, and (3) service quality has a significant positive effect on impulse buying.

Keywords: Viral Marketing; Price Discount; Service Quality; Impulse Buying.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunian-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Viral Marketing*, *Price Discount*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Impulse Buying* Pada Store Miniso Di Trio Mall Kebumen”.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Bisnis Digital Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan do'a serta semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Kakak dan Adek terhebat yang selalu mensuport saya dalam menyelesaikan skripsi,
3. Ibu Kholifah S,E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.
4. Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan fasilitas memadai guna membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Teman-teman kelas Bisnis Digital Angkatan pertama.
6. Kedua teman terdekat saya, yaitu Vannesha Sashia Meilany, dan Marrianne Fiaz Sefira yang sudah memberi semangat penuh selama penulisan skripsi.

7. Teman-teman ABSURD yang selalu mendorong saya untuk menyelesaikan skripsi.
8. Drakor, Drachin, dan semua list music yang selalu memenuhi mood penuh saya selama melakukan skripsi ini.
9. Tidak lupa terimakasih juga untuk diri sendiri sudah mau berjuang untuk bisa menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih adanya kekurangan maupun kesalahan. Maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna perbaikan dan evaluasi untuk menjadi lebih baik. Selain itu penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Kebumen, 1 Agustus 2025



Annisa Ardilla Amar Al Maskur
NIM. 210100184

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Tinjauan Teori.....	17
2.1.1 <i>Impulse Buying</i>	17
2.1.2 <i>Viral Marketing</i>	21
2.1.3 <i>Price Discount</i>	27
2.1.4 Kualitas Pelayanan	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	40
2.4 Model Empiris	44
2.5 Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	47

3.1.1 Objek Penelitian	47
3.1.2 Subjek Penelitian.....	47
3.1.3 Variabel Penelitian	47
3.1.4 Variabel <i>Dependent</i> (Y).....	47
3.1.5 Variabel <i>Independent</i> (X)	48
3.2 Definisi Operasional Variabel	48
3.2.1 <i>Impulse Buying</i>	48
3.2.2 <i>Viral Marketing</i>	49
3.2.3 <i>Price Discount</i>	49
3.2.4 Kualitas Pelayanan	50
3.3 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	50
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1 Jenis Data.....	52
3.4.2 Teknik Pengumpulan data	53
3.5 Populasi dan Sampel	54
3.5.1 Populasi.....	54
3.5.2 Sampel	54
3.6 Teknis Analisis.....	55
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	55
3.6.2 Analisis Kuantitatif.....	56
3.6.3 Teknik Pengujian Instrumen	56
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	61
3.6.5 Uji Hipotesis	62
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	67
4.1.1 Gambaran Umum Store Miniso Trio Mall Kebumen	67
4.1.2 Visi Misi Store Trio Mall Kebumen.....	68
4.2 Analisis Deskriptif	68
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.2.4 Responden Berdasarkan Penghasilan	71
4.3 Analisis Statistik	72
4.3.1 Uji Validitas	72
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	75
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	76
4.3.4 Analisis Linear Berganda.....	80
4.3.5 Uji Hipotesis	82
4.4 Pembahasan.....	87
BAB V SIMPULAN	91
5.1 Simpulan	91
5.2 Keterbatasan.....	92
5.3 Implikasi	93

5.3.1 Implikasi Praktis.....	93
5.3.2 Implikasi Teoritis	96
BAB VI DAFTAR PUSTAKA	101



DAFTAR TABEL

Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel III - 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variable Impulse Buying	48
Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Viral Marketing	49
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Price Discount	49
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan ..	50
Tabel III - 5 Penilaian Skala Likert.....	51
Tabel III - 6 Modifikasi Jawaban	51
Tabel IV - 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel IV - 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel IV - 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel IV - 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	72
Tabel IV - 5 Output Uji Validitas Impulse Buying.....	73
Tabel IV - 6 Output Uji Validitas Viral Marketing.....	74
Tabel IV - 7 Output Uji Validitas Price Discount.....	74
Tabel IV - 8 Output Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	75
Tabel IV - 9 Uji Reliabilitas	76
Tabel IV - 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel IV - 11 Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel IV - 12 Uji Parsial (Uji T).....	84
Tabel IV - 13 Uji F.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	45
Gambar IV - 1 Hasil Uji Normalitas	77
Gambar IV - 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuisisioner Penelitian	104
Lampiran. 2 Tabulasi Data Kuisisioner	108
Lampiran. 3 Olah Data SPSS	113
Lampiran. 4 Kartu Seminar Proposal.....	123
Lampiran. 5 Kartu Bimbingan Skripsi.....	124

