



**PENGARUH HARGA DISKON, BONUS KEMASAN DAN
ATMOSFER TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
DENGAN NILAI HEODONIK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN RAMAYANA DI KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

HENDRI SUGIHARTO

NIM. 201511384

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA DISKON, BONUS KEMASAN DAN
ATMOSFER TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
DENGAN NILAI HEODONIK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN RAMAYANA DI KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,..... 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



Nurul Rizka Arumsari, SE, MM.
NIDN. 0628048702

Sutono, SE, MM, Ph.D.
NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. Kertati Sumekar, SE., MM
NIDN. 0616077304



Noor Azis, SE, MM.
NIDN. 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Orang alim lebih utama daripada orang yang berpuasa, mengerjakan shalat malam {tahajjud}, dan yang berjihad di jalan Allah. Jika seorang alim meninggal, maka terjadi lubang dalam islam yang tidak tertutupi, sehingga datang orang alim lain yang datang kemudian.

(Sayyidina Ali bin Abi Thalib Ra.)

Bantinglah otak untuk mencari ilmu sebanyak – banyaknya guna mencari rahasia besar yang terkandung didalam benda besar yang bernama dunia ini. Tetapi pasanglah pelita dalam hati sanubari, yaitu pelita kehidupan jiwa.

(Al – Ghazali)

Persembahan :

1. Ibuku dan kedua kakakku yang tersayang
2. Almarhum ayahku yang sedang disurga-Nya
3. Istriku dan putri kecilku tercinta
4. Segenap keluarga besar
5. Teman-teman seangkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
6. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, SE. MM, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Noor Azis, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh jajaran dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.
7. Kedua wanita tercinta yaitu ibu dan istriku yang selalu memberikan dorongan dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk putriku tercinta, semoga apa yang saya raih ini bias menjadi motivasi untukmu dalam menimba ilmu.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus,
Penulis,

2022

HENDRI SUGIHARTO

ABSTRAKSI

PENGARUH HARGA DISKON, BONUS KEMASAN DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN NILAI HEODONIK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA KONSUMEN RAMAYANA DI KUDUS)

HENDRI SUGIHARTO

NIM. 201511384

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE, MM, Ph.D
2. Noor Azis, SE, MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh harga diskon, bonus kemasan dan atmosfer toko terhadap pembelian impulsif dengan nilai hedonik sebagai variabel mediasi (studi kasus pada konsumen Ramayana Kudus). penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu pembelian impulsif dan nilai hedonik, dan tiga variabel eksogen, yaitu harga diskon, bonus kemasan dan atmosfer toko. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri dari 130 responden dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan (SEM) *Structual Equatuion Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan harga diskon, bonus kemasan dan atmosfer toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif Ramayana Kudus dengan nilai hedonik sebagai variabel intervening.

Kata kunci: harga diskon, bonus kemasan, atmosfer toko, pembelian impulsif, nilai hedonik.

ABSTRACT

THE EFFECT OF DISCOUNT PRICES, PACKAGING BONUS AND STORE ATMOSPHERE ON IMPULSIVE PURCHASES WITH HEODONIC VALUE AS MEDIATION VARIABLES (CASE STUDY ON CONSUMERS OF RAMAYANA AT KUDUS)

HENDRI SUGIHARTO
NIM. 201511384

Guidance Lecturer : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D.
2. Noor Azis, SE. MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT

This study aims to analyze the effect of discount prices, packaging bonuses and store atmosphere on impulse buying with hedonic values as a mediating variable (a case study on consumers of Ramayana Kudus). This study uses two endogenous variables, namely impulse purchases and hedonic value, and three exogenous variables, namely discount prices, packaging bonuses and store atmosphere. The data collection used in this research is a questionnaire method. In this study using a sample consisting of 130 respondents with purposive sampling technique. Analysis of the data used (SEM) Structural Equatuion Modeling which is operated through the AMOS program. The results showed that discount prices, packaging bonuses and store atmosphere had a positive and significant effect on impulse buying at Ramayana Kudus with hedonic value as an intervening variable.

Keywords: discount price, packaging bonus, store atmosphere, impulse buying, hedonic value.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	11
1.3. Perumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Perilaku Konsumen	15
2.2. Pembelian impulsif.....	20
2.3. Nilai hedonik	24
2.4. Harga diskon.....	30
2.5. Bonus kemasan.....	34
2.6. Atmosfer toko.....	35
2.7. Pengaruh Antar Variabel	38
2.8. Penelitian Terdahulu.....	45
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	48
2.10. Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	51

3.1. Rancangan Penelitian	51
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	51
3.3. Jenis Data dan Sumber Data.....	55
3.4. Populasi dan Sampel	60
3.5. Metode Pengumpulan Data	62
3.6. Uji Instrumen.....	62
3.7. Teknik Analisis Data	64
3.8. Uji Hipotesis.....	73
3.9. Pengujian Medias	74
3.10. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	75
4.2. Penyajian Data	77
4.3. Uji Instrumen	83
4.4. Analisis Data	86
4.5. Pembahasan.....	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1. Kesimpulan.....	125
5.2. Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i>	72
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	78
Tabel 4.2. Frekuensi Variabel Harga diskon	79
Tabel 4.3. Frekuensi Variabel Bonus kemasan.....	80
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Atmosfer toko.....	82
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Nilai heodonik.....	82
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Pembelian impulsif.....	83
Tabel 4.7. Hasil Pengujian <i>Construct Reliability Dan Variance Extracted</i>	84
Tabel 4.8. Diskriminant Validity	85
Tabel 4.9. Uji Normalitas Data.....	86
Tabel 4.10. Uji <i>Outliers</i>	87
Tabel 4.11. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	90
Tabel 4.12. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y).....	92
Tabel 4.13. <i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Endogen (Y)	93
Tabel 4.14. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	94
Tabel 4.15. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y).....	96
Tabel 4.16. <i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Endogen (Y)	97
Tabel 4.17. Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	98
Tabel 4.18. Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	100

Tabel 4.19. Regression Weights	101
Tabel 4.20. <i>Standarized Regression Weight</i>	102
Tabel 4.21. Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>).....	104
Tabel 4.22. Hasil <i>Regression Weight</i>	105
Tabel 4.23. Besar <i>Total Effect</i>	108



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Data Penjualan Ramayana	8
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen Sederhana	17
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	49
Gambar 4.1. Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	90
Gambar 4.2. Variabel Eksogen Seetelah Perbaikan	91
Gambar 4.3. Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	94
Gambar 4.4. Variabel Endogen Setelah Perbaikan	95
Gambar 4.5. Analisis Full Measurement.....	98
Gambar 4.6. Analisis Full Model	91



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Frekuensi Data
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Analisis Data

