

**SKRIPSI**

**PENGARUH POTONGAN HARGA DISKON, MOTIVASI BELANJA HEDONIS,  
KETERSEDIAAN UANG DAN KETERSEDIAAN WAKTU TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PADA ALFAMART DAN INDOMARET**



Diajukan sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

oleh:

**ELISA FEBRIANA SAPUTRI**

**NIM: 1810312220012**

**PROGRAM STUDI: MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**BANJARMASIN**

**2023**

**LEMBAR LEGALITAS**

**PENGARUH POTONGAN HARGA DISKON, MOTIVASI BELANJA HEDONIS,  
KETERSEDIAAN UANG DAN KETERSEDIAAN WAKTU TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PADA ALFAMART DAN INDOMARET**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Elisa Febriana Saputri**

**NIM. 1810312220012**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal, 17 Mei 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



**Dr. H. M. RIZA FIRDAUS, SE, MM**

**1967090 199303 1 001**

Penguji I



**Dr. TINIK SUGIATI, S.Pd, MM**

**197770904 200604 2 002**

Penguji 2



**Dr. RR. YULIANTI PRIHATININGRUM, SE M.Si**

**19730727 200112 2 001**

Mengetahui  
Ketua jurusan manajemen



**Dr. RR. YULIANTI PRIHATININGRUM, SE M.Si**

**19730727 200112 2 001**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Elisa Febriana Saputri  
NIM : 1810312220012  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Potongan Harga Diskon, Motivasi Belanja Hedonis,  
Ketersediaan Uang dan Ketersediaan Waktu terhadap Pembelian  
Impulsif Pada Alfamart dan Indomaret  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Rabu, 17 Mei 2023  
Waktu Ujian : 11:00 WITA s/d Selesai

**Tim Penguji**

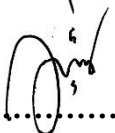
**Pembimbing : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM**

  
(.....)

**Penguji I : Dr. Tinik Sugianti, S.Pd, MM**

  
(.....)

**Penguji II : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si**




  
(.....)

## LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilakukan oleh mahasiswa/i Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Elisa Febriana Saputri  
NIM : 1810312220012  
Hari, Tanggal Ujian : Rabu, 17 Mei 2023  
Waktu Ujian : 11.00 WITA s/d selesai  
Tempat : Online

Dengan ini telah melakukan perbaikan Ujian Skripsi berdasarkan saran Tim Penguji:

No	Nama Tim Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM	Pembimbing	
2	Dr. Tinik Sugiati, S.Pd, MM	Ketua	
3	Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si	Sekretaris	

Demikian berita acara perbaikan Ujian Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji



Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si  
19730727 200112,2 001

Banjarmasin, 26 Mei 2023

  
Elisa Febriana Saputri  
1810312220012

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di Kemudian hari ternyata saya tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat dari ketidak benaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 26 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



Elisa febriana saputri  
Nim. 181031222002

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya kepada peneliti sehinggalah menyelesaikan perkuliahan dan penulisan skripsi yang berjudul " Pengaruh Potongan Harga Diskon, Motivasi Belanja Hedonis, Ketersediaan Uang Dan Ketersediaan Waktu Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Retail Modern" untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Tidak lupa peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan sumbangan baik materi maupun pikirannya karena dalam menyusun skripsi ini, peneliti tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi berkat arahan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat selesai dengan baik dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Atma Hayat, Drs. Ec. M.Si , Ak, CA. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
2. Ibu DR. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si. Sebagai ketua jurusan dan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
3. Ibu DR. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si. sebagai dosen Pembimbing akademik dan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
4. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan saran, solusi dan motivasi kepada peneliti untuk

dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Dr.Tinik Sugiati, S.Pd, MM dan Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran, solusi dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti sebagai persiapan bekal untuk melangkah ke masa depan.
7. Seluruh Staf FEB ULM yang telah membantu urusan akademik selama perkuliahan.
8. Kedua orang tua penulis : Bapak Wakidi S.Pd dan Ibu Yulida Rahmi, terimakasih atas doa, bimbingan dan dukungan moril maupun materil yang tak ternilai, serta motivasi setiap saat yang memberikan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

## **ABSTRACT**

*Elisa (2023). The Influence of Price Discount, Hedonic Shopping Motivation, Availability of Money and Availability of Time on Impulsive Buying in Modern Retail. Advisor by: H. Muhammad Riza Firdaus*

*The purpose of this study is to determine whether there is an effect of discounted prices, hedonic shopping motivation and availability of money and availability of time on impulsive purchases in modern retail stores.*

*The samples in this study is 82 samples through the purposive sampling. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis with the SPSS measurement tool.*

*The results of the data analysis show that the discount price variable has a significant effect on impulsive buying, hedonic shopping motivation has a significant effect on impulsive buying, the availability of money has no effect on impulsive buying, and the availability of time has no effect on impulsive buying.*

**Keywords:** *Discounted Price, Hedonic Shopping Motivation, Availability of Money, Availability of Time, Impulsive Buying*



## ABSTRAKSI

Elisa (2023). Pengaruh Potongan Harga Diskon, Motivasi Belanja Hedonis, Ketersediaan Uang Dan Ketersediaan Waktu Terhadap Pembelian Impulsif di Alfamart dan Indomaret. Dibimbing oleh: H. Muhammad Riza Firdaus

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Potongan Harga Diskon, Motivasi Belanja Hedonis Dan Ketersediaan Uang Dan Ketersediaan Waktu Terhadap Pembelian Impulsif di Alfamart dan Indomaret

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 82 sampel setelah melewati tahap *purposive sampling*, Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis Regresi linier berganda dengan alat ukur SPSS.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa Variabel Potongan Harga Diskon berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, motivasi belanja hedonis memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, ketersediaan uang tidak berpengaruh terhadap pembelian Impulsif, dan ketersediaan waktu tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif

**Kata Kunci:** Potongan Harga Diskon, Motivasi Belanja Hedonis, Ketersediaan Uang, Ketersediaan Waktu, Pembelian Impulsif

## Daftar Isi

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>LEMBAR LEGALITAS</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	ix
<b>Daftar Isi</b> .....	x
<b>Daftar tabel</b> .....	xiii
<b>Daftar gambar</b> .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>Pendahuluan</b> .....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat penelitian ( teoritis dan praktis) .....	17
<b>BAB II</b> .....	18
<b>Landasan Teori</b> .....	18
2.1 Potongan Harga ( <i>Price Discount</i> ).....	20
2.1.1 Jenis Diskon .....	21
2.1.2 Faktor penyebab terjadi diskon .....	23
2.1.3 Indikator Pengukur Diskon .....	25
2.2 Motivasi belanja hedonis ( <i>Hedonism shopping motivation</i> ) .....	26

2.2.1 Jenis dan indikator belanja hedonis.....	27
2.3 Ketersediaan Uang ( <i>Availability of money</i> ).....	29
2.3.1 Indikator ketersediaan uang .....	30
2.4 Ketersediaan Waktu ( <i>availability of time</i> ).....	30
2.4.1 Indikator Ketersediaan Waktu .....	31
2.5 Pembelian Impulsif ( <i>Impulsive Buying</i> ) .....	31
2.5.1. Jenis – Jenis Pembelian Impulsif ( <i>Impulsive Buying</i> ).....	31
2.5.2 Elemen Pembelian Impulsif ( <i>impulsive buying</i> ) .....	32
2.5.3 Indikator Pembelian Impulsif.....	33
2.6 Hasil Penelitian Terdahulu .....	34
2.6.1 Perbandingan variabel penelitian ini dengan Penelitian terdahulu .....	37
<b>BAB III</b> .....	42
<b>3.1 Kerangka Konseptual</b> .....	42
3.2 Hipotesis .....	42
<b>BAB IV</b> .....	47
<b>Metode Penelitian</b> .....	47
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	47
4.2 Jenis Penelitian.....	47
4.3 Tempat/ lokasi penelitian .....	47
4.4 Unit Analisis .....	47
4.5 Populasi dan sample.....	47
4.6 Definisi Operasional Variabel.....	49
4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	52

4.8 Teknik Analisa Data.....	52
<b>Bab V</b> .....	61
<b>Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	61
5.1 Pengertian Minimarket.....	61
5.1.2 Jenis Minimarket.....	62
5.2 Hasil analisis .....	62
5.2.1 Karakteristik Reponden.....	63
5.3 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	66
5.3.1 variabel potongan harga (X1) .....	66
5.3.2 Variabel Motivasi Belanja Hedonis ( X2).....	67
5.3.3 variabel Ketersediaan Uang (X3) ( <i>Availability of money</i> ).....	69
5.3.4 Variabel ketersediaan waktu (X4) ( <i>availability of time</i> ).....	70
5.3.5 Variabel pembelian impulsive (Y).....	71
5.4 Uji Validitas, Reliabilitas Dan uji Outlier .....	72
5.4.1 Uji Validitas .....	72
5.4.2 Uji Reliabilitas .....	74
5.4.3 Uji Outlier .....	74
5.5 Uji asumsi klasik.....	75
5.5.1 Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov).....	75
5.5.2 Uji Multikolonieritas.....	76
5.5.3 Uji Linieritas .....	77
5.5.4 Uji Heteroskedastisitas.....	77
5.6 Regresi linier berganda .....	82

5.7 Pembahasan Hasil Dan Implikasi Penelitian .....	84
<b>Bab VI</b> .....	93
<b>Kesimpulan dan saran</b> .....	93
6.1 Kesimpulan .....	93
6.2 Saran .....	93
<b>Daftar Pustaka</b> .....	96
<b>Lampiran</b> .....	100

### Daftar tabel

tabel 2. 1 Perbandingan variabel penelitian terdahulu .....	37
tabel 4.7.1 Definisi operasional variabel.....	49
tabel 5. 1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	63
tabel 5. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	64
tabel 5. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	64
tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	65
tabel 5. 5 analisis deksriptif variabel potongan harga.....	66
tabel 5. 6 Analisis deskriptif variabel Motivasi Belanja Hedonis.....	67
tabel 5. 7 analisis deskriptif adventure shopping.....	68
tabel 5. 8 analisis deskriptif ketersediaan Uang.....	69
tabel 5. 9 analisis deskriptif ketersediaan waktu.....	70
tabel 5. 10 analisis deskriptif pembelian impulsif.....	71
tabel 5. 11 hasil uji validitas.....	72

tabel 5. 12 hasil uji reliabilitas.....	74
tabel 5. 13 Hasil uji normalitas.....	75
tabel 5. 14 Hasil uji multikolonieritas.....	76
tabel 5. 15 hasil uji linieritas.....	77
tabel 5. 16 hasil uji Heterokedastisitas.....	78

### **Daftar gambar**

Gambar 1. 1 10 Negara Dengan Skor Terbesar Dalam Global Retail Development Index 2017.....	3
Gambar 1.2 10 Ritel Indonesia Dengan Penjualan Terlaris Di 2021 .....	4
Gambar 1.3 10 Negara Dengan Total GRDI Terbesar Menurut Kearney .....	6
Gambar 1. 4 Hasil Pra-Survei Impulsive Buying.....	10
Gambar 1 .5 Hasil Pra Survey Pembelian Impulsive.....	11
Gambar 2. 1 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
Gambar 2. 2 Tahap Keputusan Pembelian.....	19