

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *IN
STORE DISPLAY* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
KONSUMEN MATAHARI *DEPARTEMENT STORE*
SUPERMALL KARAWACI**

SKRIPSI

Program Studi : Manajemen



OLEH:

NAMA : Rizkiyah

NIM : 041701503125049

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *IN STORE DISPLAY* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
KONSUMEN MATAHARI *DEPARTEMENT STORE*
SUPERMALL KARAWACI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH:

NAMA : Rizkiyah

NIM : 041701503125049

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE DISCOUNT, AND
IN STORE DISPLAY ON CONSUMER IMPULSE BUYING OF
MATAHARI DEPARTEMENT STORE SUPERMALL
KARAWACI**

THESIS

The Study Program: Management



BY:
NAME : Rizkiyah
NIM : 041701503125049

FACULTY ECONOMICS & BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA

2021

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE DISCOUNT, AND
IN STORE DISPLAY ON CONSUMER IMPULSE BUYING OF
MATAHARI DEPARTEMENT STORE SUPERMALL
KARAWACI**

THESIS

Presented As One Of The Conduction For Obtaining A Degree

BACHELOR MANAGEMENT The Study Program

Management – Strata 1



BY:

NAME : Rizkiyah

NIM : 041701503125049

FACULTY ECONOMICS & BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizkiyah

NIM : 041701503125049

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Juli 2021



(Rizkiyah)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Rizkiyah
NIM : 041701503125049
JURUSAN : Manajemen
KONSENTRASI : Pemasaran
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE DISCOUNT*,
DAN *IN STORE DISPLAY* TERHADAP KONSUMEN
MATAHARI DEPARTEMENT STORE SUPERMALL
KARAWACI**

TANGGAL UJIAN : Senin, 23 Agustus 2021

Jakarta, 30 Juli 2021

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Dr. Guston Sitorus, SE, MM)

(Dr. Subagiyo, SE, MM)

Dekan

Ketua Jurusan

(GL. Hery Prasetya, SE, MM)

(Yuslinda Nasution, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *IN STORE DISPLAY* TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN MATAHARI
DEPARTEMENT STORE SUPERMALL KARAWACI**

OLEH :

NAMA : Rizkiyah

NIM : 041701503125049

Telah dipertahakan didepan penguji pada tanggal 23 Agustus 2021

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Ketua Penguji / Pembimbing I

(Dr. Subagiyo, SE, MM)

Anggota Penguji



(Lucy Nancy Simatupang, SE, MM)

Anggota Penguji



(GL. Hery Prasetya, SE, MM)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE DISCOUNT*, DAN *IN STORE DISPLAY* TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN MATAHARI *DEPARTEMENT STORE SUPERMALL KARAWACI*”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat selesai. Selain itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia Ibu, Dra. Merry L. Panjaitan, M.M., MBA.
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia Bapak, GL. Hery Prasetya, S.E., M.M.
4. Ketua Jurusan Manajemen Ibu Yuslinda Nasution S.E., M.M, yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Dr. Subagiyo, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dengan baik, sabar dan tenang dalam membimbing penulis,

serta membantu memberikan materi yang baik untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

6. Bapak Dr. Guston Sitorus, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, arahan dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Semua dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
8. Keluarga penulis, M.Rais dan Asanah selaku Orang tua penulis, Riska, Asmiranti dan H. Muniroh selaku saudara penulis, atas segala dukungan dan doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik lancar.
9. Seluruh Keluarga Besar Fakultas Ekonomi & Bisnis 2017 yang sudah sama-sama berjuang dan membantu selama dibangku perkuliahan. Pelajaran dan kenangan menjadi bekal dan cerita kehidupan kelak.
10. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Danu, John, Fatah, Ardan, Wahyu, Dani, Dandi, Farhan, Guntur, Irene, Shella, Eva, Anissa, Putri selama perkuliahan sudah mau berjuang bersama dan saling memotivasi, semoga persahabatan ini semakin erat seterusnya.
11. Serta Seluruh Pihak yang telah membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis dengan ini menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, seperti pepatah mengatakan tak ada gading yang tak retak. Untuk itu maka penulis dengan senang hati menerima berbagai masukan, saran, kritik, yang membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Penulis

berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Jakarta, 22 Juli 2021

Penulis



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Price Discount*, dan *In Store Display* terhadap *Impulse Buying* Konsumen Matahari *Departement Store* Supermall Karawaci secara simultan maupun parsial. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden yang pernah berkunjung dan membeli di Matahari *Departement Store* Supermall Karawaci. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan hasil penelitian berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (uji F) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Brand Image* (X_1), *Price Discount* (X_2), *In Store Display* (X_3), terhadap *Impulse Buying* (Y). Sedangkan secara parsial (Uji t) *Price Discount* dan *In Store Display* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *Impulse Buying*, sedangkan variabel *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap *Impulse Buying*.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Price Discount*, *In Store Display*, dan *Impulse Buying*.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Image, Price Discount, and In Store Display on Impulse Buying of Matahari Department Store Supermall Karawaci Consumers simultaneously or partially. The data used is primary data collected through distributing questionnaires to 100 respondents who have visited and purchased at Matahari Department Store Supermall Karawaci. The method used in this study is a quantitative method and the results of the study are based on respondents' answers using a Likert scale. The data analysis method used in this research is Multiple Linear Regression Test, F Test, t Test and Coefficient of Determination. The results showed that simultaneously (F test) there was a significant effect between Brand Image (X1), Price Discount (X2), In Store Display (X3) variables, on Impulse Buying (Y). While partially (t-test) Price Discount and In Store Display there is a significant effect on Impulse Buying, while the Brand Image variable has no effect on Impulse Buying.

Keywords: *Brand Image, Price Discount, In Store Display, and Impulse Buying.*

