

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan, dan *Display* Terhadap Peningkatan *Impulse Buying* di Toko Waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung (Perspektif Ekonomi Islam)” ini ditulis oleh Risqika Yunafiroh, 17402153347, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Di bimbing oleh Ibu DR. Hj. Nur Aini Latifah SE.,MM.

Dewasa ini persaingan antara dunia usaha semakin kuat dan ketat, setiap toko ritel dituntut untuk selalu memperbaiki segala manajemennya agar tetap dapat bertahan dan terus bejalan. Oleh karena itu, agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian salah satunya dapat dilakukan dengan kreatifitas penciptaan lingkungan toko yang menyenangkan dan menarik di dalam toko, karena dewasa ini ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja, dimana kegiatan berbelanja tidak hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli barang kebutuhan saja, tetapi juga untuk menghilangkan kejenuhan. Pada saat konsumen melihat produk-produk yang di tawarkan dan tertarik, lalu secara spontan melakukan pembelian. Hal inilah yang dinamakan *impulse buying*.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah (1) Apakah Potongan Harga berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *Impulse Buying* konsumen di Toko Waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung (perspektif ekonomi islam)? (2) Apakah Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *Impulse Buying* di Toko Waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru (perspektif ekonomi islam)? (3) Apakah *Display* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *Impulse Buying* Konsumen di Toko Waralaba Indomaret Raya Pattimura baru (perspektif ekonomi islam)? (4) Apakah Promosi Penjualan, Potongan Harga, dan *Display* memiliki pengaruh simultan terhadap peningkatan *Impulse Buying* di Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung (perspektif ekonomi islam)? (5) Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh dalam peningkatan *Impulse Buying* Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung (perspektif ekonomi islam). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan potongan harga, promosi penjualan dan *display* terhadap peningkatan *impulse buying*.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Dalam penelitian ini, analisis data menggunakan model regresi linier berganda. Sebelum melakukan analisis regresi dilakukan uji validitas dan reabilitas, normalitas data, uji asumsi klasik baik itu multikolinieritas, heterokedastisitas dan autokorelasi, sehingga bisa mendapatkan nilai yang baik. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa variabel potongan harga, promosi penjualan dan display secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap impulse buying. Variabel potongan harga yang dominan mempengaruhi impulse buying di toko waralaba Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung dengan beta bernilai paling tinggi diantara variabel lainnya.

Kata kunci: Potongan Harga, Promosi Penjualan, *Display*, *Impulse Buying*

ABSTRACT

Thesis with the title “The Effect of Price Discount, Sales Promotion, and Display on the enhancement impulse buying consumer in store franchise Indomaret Raya Pattimura baru Tulungagung (islamic economic perspective)” was written by Risqika Yunafiroh, 17402153347, Faculty of Economics and Business Islam, Islamic Banking Department, State Islamic Institute Tulungagung guided by mother DR. Hj. Nur Aini Latifah SE., MM.

Today the competition between the business world is getting stronger and stronger, every retail store is required to always improve all its management to keep surviving and keep going. Therefore, in order to attract consumers to purchase one of them, the seller may do it with the creativity of pleasant and attractive store environment creation in the store, because today there is a tendency to change one's motive to shop, where shopping activities are not just as a functional activity to buy goods Needs only, but also to eliminate saturation. When consumers see the products that are offered and interested, then spontaneously they make a purchase, this is called as impulse buying.

The formulation of the problem in this thesis is (1) does price discount have a significant effect on increasing impulse buying at a franchise shop Indomaret Raya Pattimura Baru (islamic economic perspective)? (2) does sales promotion have a significant effect on increasing impulse buying at a franchise shop Indomaret Raya Pattimura Baru (islamic economic perspective)? (3) does display have a significant effect on increasing impulse buying at a franchise shop Indomaret Raya Pattimura Baru (islamic economic perspective)? (4) does price discount, sales promotion and display has a simultaneous influence on increasing impulse buying at a franchise shop Indomaret Raya Pattimura Baru (islamic economic perspective)? (5) which variable is the most dominant influence in increasing impulse buying at a franchise shop Indomaret Raya Pattimura Baru (islamic economic perspective)? This study aims to determine the effect of Price Discount, Sales Promotion, and Display on the enhancement impulse buying.

This type of this research is quantitative. In analyzing data, this study use multiple linear regression model. Before doing regression analysis, the researcher do validity and reliability test, data normality, classical assumption test with multicollinearity, heteroskedasticity and autocorrelation, so it can get good value. Based on the result of research conducted, it shows that the variables Price Discount, Sales Promotion, and Display together significantly influence on impulsive purchases. Design factor variable is the dominant variable price discount impulse buying in store franchise Indomaret Raya Pattimura Baru Tulungagung with beta that is highest among other variables.

Keywords: Price Discount, Sales Promotion, Display, Impulse Buying.