



**PENGARUH DISPLAY PRODUK DAN PROGRAM PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN IMPULSIF**
(Studi Kasus Pada Indomaret Di Jalan Jawa Kabupaten Jember Tahun 2013)

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan (S1)
pada Program Studi Pendidikan Ekonomi

Oleh

Dian Firdausi Pradana

NIM. 070210391141

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga pada Sang Pencipta, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibunda Siti Nurhayati, S.pd dan Ayahanda Purnomo S.E dan Om Ilan Jailani S.pd serta Adikku Dwi Swastanti Ridia Ningsih atas doa, kasih sayang, pengorbanan dan nasehat-nasehat yang diberikan.
2. Bapak dan Ibu dosen Pend. Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan Ilmu dan bimbingannya dengan penuh kesabaran.
3. Almamater yang aku banggakan Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

MOTTO

**“anda tidak dapat memaksakan orang lain untuk membayar produk anda,
melainkan anda hanya dapat membuat mereka tertarik untuk membelinya”**

(David Ogilvy)

**“ Perusahaan tidak bisa hanya membuat produk bagus, mereka juga harus bisa
menginformasikan kelebihan produknya kepada konsumen dan dengan hati-
hati mampu memposisikan produknya dalam benak konsumen”**

(Phillip Kotler)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Firdausi Pradana

NIM : 070210391141

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Display Produk Dan Program Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Indomart Di Jalan Jawa Kabupaten Jember Tahun 2013)”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan dan paksaan serta bersedia mendapat sanksi akademik jika pernyataan di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Juni 2013
Yang menyatakan,

Dian Firdausi Pradana
NIM 070210391141

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH DISPLAY PRODUK DAN PROGRAM PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN IMPULSIF (Studi Kasus Pada Indomaret Di Jalan Jawa Kabupaten Jember Tahun 2013)

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana
Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan
Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan
Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Dian Firdausi Pradana
NIM : 070210391141
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2007
Tempat, Tanggal Lahir : Sampang, 12 Februari 1988

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Sri Wahyuni, M. Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Drs. Sutrisno Djaja, M.M
NIP. 19540302 198601 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“Pengaruh Display Produk Dan Program Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Indomart Di Jalan Jawa Kabupaten Jember Tahun 2013)”**

Hari, tanggal : Kamis, 13 Juni 2013
Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

Dra. Sri Wahyuni, M. Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Drs. Sutrisno Djaja, M.M
NIP. 19540302 198601 1 001

Anggota :

1. Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003
1.(.....)
2. Drs. Umar H.M Saleh, M.Si
NIP. 19621231 198802 1 001
2.(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd.
NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

“Pengaruh Display Produk Dan Program Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Indomart Di Jalan Jawa Kabupaten Jember Tahun 2013)”. Dian Firdausi Pradana, 070210391141, 2013, 58 halaman, Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Banyak cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan penjualan cara tersebut antara lain pemilik perusahaan memberikan kemudahan dan kenyamanan dengan memperbaiki display produk, dengan memperbaiki display produk maka akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk, sehingga diharapkan konsumen bisa tertarik dan bisa membeli secara tiba-tiba, disamping display produk yang baik harus juga melaksanakan program promosi sebab dengan promosi merupakan salah satu cara untuk mengenalkan tentang ragam produk dan memberikan informasi suatu produk tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel display produk dan program promosi terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian Impulsif di Indomart Jalan Jawa Kabupaten Jember. Selain itu juga ingin mengetahui manakah diantara variabel display produk dan program promosi yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian Impulsif di Indomart Jalan Jawa Kabupaten Jember.

Display produk yang diteliti meliputi, (1) Rapi dan bersih, (2) Mudah dilihat, (3) Posisi yang tepat, (4) Aman, (5) Menarik. Dan Program promosi yang meliputi, (1) periklanan, (2) promosi penjualan, (3) penjualan pribadi. Dan Pembelian Impulsif meliputi, (1) Pembelian secara spontan, (2) Pembelian karena dorongan emosi, (3) Proses pembelian dilakukan tanpa pertimbangan akibat. Penelitian ini dilakukan di Indomart CV Indonusantara Jalan Jawa Kabupaten Jember. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan *purposif area* yaitu tempat penelitian ditentukan

secara sengaja dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Konsumen yang akan menjadi responden penelitian ini didasarkan pada metode *eksidental sampling* sebanyak 50 responden metode pengumpulan data melalui metode angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, diperoleh persamaan regresi $Y = 0,062 + 0,147X_1 + 0,101X_2 + e_i$ sehingga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara display produk dan program promosi terhadap keputusan pembelian Impulsif. Dari hasil uji F atau simultan diperoleh F_{hitung} sebesar 160,97 dan F_{tabel} sebesar 3,19 maka $(160,97 \geq 3,19)$ yang berarti signifikan dan menerima hipotesis. Hasil pengujian secara parsial variabel display produk diperoleh t_{hitung} sebesar 6,646 dan t_{tabel} sebesar 2,01 dengan nilai signifikansi $(6,464 \geq 2,01)$, t_{hitung} sebesar 2,373 dan t_{tabel} sebesar 2,01 untuk variabel program promosi dengan nilai signifikansi $(2,373 \geq 2,01)$, hal ini berarti hipotesis diterima. Koefisien determinan R^2 sebesar 87,3% sedangkan sisanya 23,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Besarnya kontribusi atau sumbangan secara parsial masing-masing adalah 65,38% untuk variabel display produk dan 21,87% untuk variabel program promosi. Berdasarkan hasil penelitian ini juga dapat diketahui bahwa variabel display produk (X_1) merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian Impulsif.

Kata kunci : Display produk, Program promosi, Pembelian Impulsif

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Pengaruh Display Produk Dan Program Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Indomart Di Jalan Jawa Kabupaten Jember Tahun 2013)”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Sumarjono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Dra. Sri Wahyuni, M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini;
5. Drs. Sutrisno Djaja, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan, motivasi maupun ilmu serta bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini;
6. Drs. Joko Widodo, M.M selaku dosen pembahas dan Drs. Umar H.M Saleh, M. Si selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;

7. Dra. Retna Ngesti Sedyati, M.P selaku dosen pembimbing akademik (DPA) yang selalu memberikan bimbingan, konsultasi dan masukan selama melaksanakan kuliah di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
8. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
9. Kepala Indomaret dan seluruh karyawan Indomaret CV Indonusantara Jalan Jawa yang turut membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.
10. Tita Puspita Sari yang telah memberi dukungan, motivasi dan kesetiannya selama ini.
11. Semua teman-teman Pendidikan Ekonomi terutama angkatan 2007 NR yang senasib dan seperjuangan Anang moneng, Cucuk saprol, Gustafo, Iwan tukul, Bisri;
12. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 13 Juni 2013
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	Xv
DAFTAR GAMBAR	Xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Produk.....	7
2.2.2 Display Produk.....	8
2.2.3 Program Promosi.....	13
2.2.4 Pembelian Impulsif.....	14
2.2.5 Pengaruh Display Produk Dan Program Promosi	

	Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Impulsif.....	17
2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	18
2.4	Hipotesis penelitian.....	19
BAB 3.	METODE PENELITIAN.....	20
3.1	Rancangan Penelitian.....	20
3.2	Penentuan Daerah Penelitian.....	29
3.3	Penentuan Responden.....	20
	3.3.1 Populasi Penelitian.....	20
	3.3.2 Sampel Penelitian.....	21
3.4	Definisi Oprasional Variabel.....	21
	3.4.1 Variabel Bebas.....	21
	3.4.2 Variabel Terikat.....	22
3.5	Jenis Data dan Sumber Data.....	22
	3.5.1 Jenis Data.....	22
	3.5.2 Sumber Data.....	23
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	23
	3.6.1 Kuesioner.....	23
	3.6.2 Wawancara.....	23
	3.6.3 Observasi.....	23
	3.6.4 Dokumentasi.....	24
3.7	Metode Pengolahan Data.....	24
	3.7.1 Editing.....	24
	3.7.2 Skoring.....	25
	3.7.3 Tabulasi.....	25
3.8	Uji Validitas.....	25
3.9	Uji Reliabilitas.....	26
3.10	Analisis Deskriptif.....	27
3.11	Analisis Inferensial.....	27

3.11.1	Persamaan Regresi Linear Berganda.....	27
3.11.2	Analisis Varian Garis Regresi.....	28
3.11.3	Uji F.....	29
3.11.3	Uji t.....	29
BAB 4.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1	Data Pendukung.....	32
4.1.1	Gambaran Lokasi Penelitian.....	32
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	32
4.1.3	Gambaran Umum Indomaret.....	33
4.1.3.1	Sejarah Indomaret.....	33
4.1.3.2	Indomaret Jalan Jawa.....	34
4.1.3.3	Struktur Organisasi Indomaret.....	35
4.2	Data Utama.....	37
4.3	Analisis Deskriptif.....	38
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.4.1	Uji Validitas.....	44
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	46
4.5	Analisis Inferensial.....	47
4.5.1	Analisis regresi linier berganda.....	47
4.5.2	Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	48
4.5.3	Koefisien Determinasi Parsial (r^2).....	48
4.5.4	Uji F.....	49
4.5.5	Uji t.....	51
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.7	Kekuatan dan kelemahan penelitian.....	56
4.7.1	Kekuatan Penelitian.....	56
4.7.2	Kelemahan Penelitian.....	56
BAB 5.	PENUTUP.....	57
5.1	Kesimpulan.....	57

5.2	Saran.....	57
	DAFTAR BACAAN.....	59
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.2 Persentase item indikator rapi dan bersih.....	38
4.3 Persentase item indikator mudah dilihat.....	39
4.4 Persentase item indikator posisi yang tepat.....	39
4.5 Persentase item indikator aman.....	40
4.6 Persentase item indikator menarik.....	41
4.7 Persentase Item Indikator periklanan.....	41
4.8 Persentase item indikator promosi penjualan.....	42
4.9 Persentase item indikator penjualan pribadi.....	42
4.10 Persentase item indikator pembelian secara spontan.....	43
4.11 Persentase item indikator pembelian karena dorongan emosi.....	44
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Display Promosi (X_1), Variabel Program Promosi (X_2), dan Pembelian Impulsif (Y).....	45
4.13 pedoman untuk memberikan Interpretasi terhadap koefisien reliabilitas (alpha).....	46
4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	48
4.17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	49
4.18 Hasil Analisis Terhadap Uji F.....	50
4.19 Hasil Analisis Uji t.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Berfikir.....	18
4.1 Struktur Organisasi Toko	
Indomaret.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Matrik Penelitian.....	62
2. Tuntunan Penelitian.....	63
3. Angket Penelitian.....	65
4. Lembar Wawancara.....	72
5. Hasil Wawancara.....	73
6. Rekapitulasi Angket.....	76
7. Data Responden.....	78
8. Tabel Produk Moment.....	80
9. Tabel F.....	81
10. Tabel t.....	84
11. Frekuensi Jawaban Responden.....	87
12. Uji Validitas.....	92
13. Uji Reabilitas.....	96
14. Regresi Linier Berganda.....	99
15. Daftar Riwayat Hidup.....	104
16. Dokumentasi.....	105
17. Denah Indomaret.....	108