

**PERAN MEDIASI IMPULSE BUYING TERHADAP HUBUNGAN ANTARA
KERAGAMAN PRODUK, PROMOSI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA RITEL ERAMART DI KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Indri Selvia Safitri

1911102431133

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
2023**

Peran Mediasi *Impulse Buying* Terhadap Hubungan Antara Keragaman Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian Pada Ritel Eramart di Kota Samarinda

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Indri Selvia Safitri

1911102431133

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERAN MEDIASI IMPULSE BUYING TERHADAP HUBUNGAN ANTARA
KERAGAMAN PRODUK, PROMOSI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA RITEL ERAMART DI KOTA SAMARINDA**

Oleh:

Indri Selvia Safitri

1911102431133

Samarinda, 22 Juni 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing,


Dr. M. Risal, S.E., M.Si.

NIDN. 0901027401

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERAN MEDIASI IMPULSE BUYING TERHADAP KERAGAMAN
PRODUK, PROMOSI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RITEL
ERAMART DI KOTA SAMARINDA**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Indri Selvia Safitri
NIM : 1911102431133
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 17 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji:

Penguji I : Praja Hadi Saputra, S.E., M.Sc., Ak., CA



Penguji II : Dr. M. Risal., S.E., M.Si

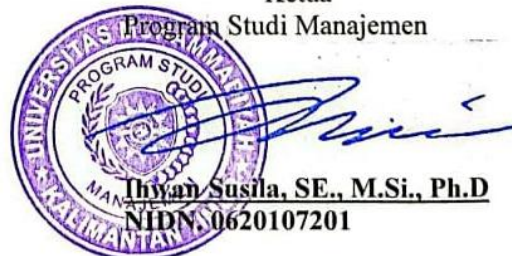


Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Politik



Ketua
Program Studi Manajemen



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Indri Selvia Safitri
NIM : 1911102431133
Program Studi : Manajemen
Email : 1911102431133@umkt.ac.id

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 17 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Indri Selvia Safitri

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah. Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Mediasi *Impulse Buying* Terhadap Hubungan Antara Keragaman Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian Pada Ritel Eramart Samarinda” ini dengan baik. Tak lupa saya panjatkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta sahabat dan keluarganya yang selalu memberikan syafaatnya kepada umatnya hingga akhir zaman nanti, Aamiin.

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata 1 Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat, dan saran kerjasama dari berbagai pihak, khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, baik dari aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna didasarkan oleh keterbatasan yang dimiliki oleh sang penulis sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bantuan.

Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
2. Bapak Drs. M. Farid Wajdi, MM., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
3. Bapak Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
4. Ibu Vera Anitra, S.E., M.M, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
5. Bapak Dr. M. Risal, S.E., M. Si, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar mengarahkan, membimbing dan memberikan masukan-masukan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Orangtua saya Bapak Syahid dan Ibu Asniar dan kakak-kakak saya Ica Yeni dan Indra Yendi yang sangat saya sayangi, yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan moril maupun materiil untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
8. Sahabat sekelas, sahabat SMP dan sahabat SMA yang saling mendukung dan berbagi semangat.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua dalam rangka menambah wawasan pengetahuan dan pemikiran kita.

Billahittaufiq Wal Hidayah

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Samarinda, 20 Februari 2023



Indri Selvia Safitri

1911102431133

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	11
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	11
B. Teori dan Kajian Pustaka.....	16
1. Teori Tindakan Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	16
2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	19
1. <i>Product</i> (Produk).....	20
2. <i>Price</i> (Harga)	21
3. <i>Place</i> (tempat).....	22
4. <i>Promotion</i> (promosi).....	24
5. <i>People</i> (orang).....	26
6. <i>Physical Evidence</i> (bukti fisik).....	26
7. <i>Process</i> (proses)	27
3. Keputusan Pembelian	27
4. Keragaman Produk.....	28
5. Promosi	33
6. <i>Impulse Buying</i>	36
C. Perumusan Hipotesis.....	39
BAB III	43
METODE PENELITIAN.....	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	43

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
C. Populasi dan Sampel	44
D. Jenis dan Sumber Data	45
E. Metode Pengumpulan Data	46
F. Instrumen Penelitian.....	46
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	49
BAB IV	58
HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	58
B. DESKRIPSI DATA	60
C. ANALISIS DATA.....	61
BAB V.....	95
PENUTUP	95
DAFTAR PUSTAKA.....	1
LAMPIRAN	5

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran mediasi impulse buying terhadap hubungan antara keragaman produk, promosi dan keputusan pembelian pada ritel Eramart di Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel penelitian yang berjumlah 150 responden. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dan teknik *purposive/convenience sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan instrumen penelitian menggunakan skala Likert 4 titik. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode Pemodelan Persamaan Struktural dengan menggunakan software SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada ritel Eramart di Kota Samarinda, 2) promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* ritel Eramart di Kota Samarinda, 3) keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ritel Eramart di Kota Samarinda, 4) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ritel Eramart di Kota Samarinda, 5) *impulse buying* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ritel Eramart di Kota Samarinda, 6) keragaman produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *impulse buying* ritel Eramart di Kota Samarinda, 7) promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *impulse buying* ritel Eramart di Kota Samarinda.

Keyword: *impulse buying, keragaman produk, promosi, keputusan pembelian*

ABSTRACT

This study aims to determine the mediating role of impulse buying on the relationship between product diversity, promotions and purchasing decisions at Eramart retail in Samarinda City. This study used a quantitative approach with a sample of 150 respondents. The sample selection technique uses non-probability sampling methods and purposive/convenience sampling techniques. The data collection method used a questionnaire and the research instrument used a 4-point Likert scale. The data obtained were then analyzed using the Structural Equation Modeling method using SmartPLS software. The results of this study indicate that 1) product diversity has a positive and significant effect on impulse buying at Eramart retail in Samarinda City, 2) promotion has no positive and significant effect on impulse buying at Eramart retail in Samarinda City, 3) product diversity has a positive and significant effect on purchasing decisions at Eramart retail in Samarinda City, 4) promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions at Eramart retail in Samarinda City, 5) impulse buying has a positive and significant effect on purchasing decisions at Eramart retail in Samarinda City, 6) product diversity has no positive and significant effect on purchasing decisions through impulse buying at Eramart retail in Samarinda City, 7) promotion has no positive and significant effect on purchasing decisions through impulse buying at Eramart retail in Samarinda City.

Keyword: *impulse buying, product diversity, promotion, purchasing decisions*