

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN HEDONIC SHOPPING
MOTIVATION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA CARREFOUR
CBD CILEDUG**

M. RICO NOVALDI

8215088337



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2016

**INFLUENCE OF SALES PROMOTION AND HEDONIC SHOPPING
MOTIVATION TOWARD IMPULSE BUYING AT CARREFOUR CBD
CILEDUG**

M. RICO NOVALDI

8215088337



**This is Written As One Of The Requirements For Getting a Bachelor
Degree of Economics**

BACHELOR DEGREE MANAGEMENT STUDY PROGRAM

HUMAN RESOURCES CONCENTRATION

DEPARTEMENT OF MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2016

ABSTRAK

M. Rico Novaldi, 2015. Pengaruh Promosi Penjualan dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying* pada *Modern Market Store* Carrefour CBD Ciledug. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk menganalisa apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap *impulse buying*. 2) untuk menganalisa apakah *hedonic shopping motivation* berpengaruh terhadap *impulse buying*. 3) untuk menganalisa apakah promosi penjualan dan *hedonic shopping motivation* berpengaruh terhadap *impulse buying*. Objek penelitian ini adalah pengunjung *modern market store* Carrefour CBD Ciledug sejumlah 100 orang. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal. Hasil penelitian deskriptif menunjukkan pengunjung merasa promosi penjualan dan keinginan berbelanja yang hedonis atau *hedonic shopping motivation* dapat mengakibatkan pembelian yang impulsif atau tidak terencana. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) adanya pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan dan *impulse buying* (28.7%), 2) adanya pengaruh signifikan antara *hedonic shopping motivation* dan *impulse buying* (29.7%), 3) promosi penjualan dan *hedonic shopping motivation* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* (45.1%).

Kata kunci: promosi penjualan, *hedonic shopping motivation*, *impulse buying*

ABSTRACT

M. Rico Novaldi, 2015. The Influence of Sales Promotion and Hedonic Shopping Motivation toward Impulse Buying in Modern Market Store Carrefour CBD Ciledug. Skripsi, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

The purpose of this study were : 1) for analyze influences between sales promotion and impulse buying. 2) to analyze influences between hedonic shopping motivation and impulse buying. 3) to analyze together between sales promotion and hedonic shopping motivation toward impulse buying. Object of this research is the customers Carrefour CBD Ciledug Mall total of 100 people. This research is Descriptive and causal research. The result of descriptive research indicates customers felt about sales promotion and hedonic shopping has give an impulsive buying. The hypothesis test shows: 1) there is a significant influence from sales promotion to impulse buying (28.7%), 2) there is a significant influence from hedonic shopping to impulse buying (29.7%), 3) there is significant influence from sales promotion to impulse buying (45.1%).

Keywords: sales promotion, hedonic shopping motivation, impulse buying

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP: 19671207 199203 1001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> NIP: 19720506 200604 1 002	Ketua		9 februari 2016
2. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP: 19700212 200812 1 001	Sekretaris		8 februari 2016
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP: 19720627 200604 1 001	Penguji Ahli		4 februari 2016
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		4 februari 2016
5. <u>Agung Kresnamurti Rivai P, MM</u> NIP: 19740416 200604 1 001	Pembimbing II		1 februari 2016

Tanggal Lulus : 6 Januari 2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 12 Januari 2016
Yang membuat pernyataan



M. Rico Novaldi
No. Reg. 821508837

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmad dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying* (Survei pada Carrefour CBD Ciledug)”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di bidang Pemasaran pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Selama penulisan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa cukup banyak menghadapi kendala, hambatan serta kesulitan, namun berkat doa, usaha dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat maka Skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu penulis juga ingin berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan Agung Kresnamurti RP. ST,MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dengan memberikan bimbingan dan masukan selama proses penulisan Skripsi ini.
2. Drs. Dedi Purwana E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Hamidah, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen FE UNJ.
4. Dr. Gatot Nazir Ahmad S.Si, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

5. Dr. Muhammad Rizan, MM dan Dra. Usep Suhud, Ph.D yang telah menguji dan memberikan saran akan perbaikan skripsi ini. Seluruh Dosen dan Staf pengajar yang telah membantu memperluas pengetahuan penulis.
6. Para Responden pelanggan Carrefour CBD Ciledug yang telah memberikan waktu luangnya untuk mengisi kuesioner yang penulis ajukan.
7. Mas Pendi (Staff Jurusan Manajemen) dan Teman-teman jurusan Manajemen terutama Gesit Mardikobudi dan Ananda Muhammad Khatam yang telah memberikan kritik, saran dan motivasi dalam penulisan Skripsi ini.
8. Ayahanda Drs. Rezzy Erdiansyah dan Ibunda Susilawati, Adik ku M. Renaldi dan sahabat saya Edy Sudrajat dan Bang Bule yang telah memberikan doa, semangat, serta materi selama penulisan Skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap agar Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, September 2015

Peneliti

M. Rico Novaldi