

**HUBUNGAN ANTARA PROMOSI PENJUALAN DENGAN
PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN HYPERMART
DI RW 014 KELURAHAN JATIWARINGIN PONDOK GEDE
BEKASI**

**ZAKIYAH SAFITRI
8135112328**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

**CORRELATIONS BETWEEN SALES PROMOTION WITH
IMPULSIVE BUYING ON THE CONSUMER HYPERMART
AT RW. 014 JATIWARINGIN VILLAGE PONDOK GEDE
BEKASI**

**ZAKIYAH SAFITRI
8135112328**



Skripsi is Written as Part of Bachelor Degree in Education Accomplishment

**PROGRAM STUDY OF COMMERCE EDUCATION
DEPARTEMENT OF ECONOMIC AND ADMINISTRATION
FACULTY OF ECONOMIC
STATES UNIVERSITY OF JAKARTA
2015**

ABSTRAK

ZAKIYAH SAFITRI. Hubungan antara Promosi Penjualan dengan Pembelian Impulsif pada konsumen Hypermart di RW.014 Kelurahan Jatiwaringin Pondok Gede-Bekasi. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juni 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara promosi penjualan dengan pembelian impulsif pada konsumen Hypermart di RW.014 Jatiwaringin Pondok Gede Bekasi. Penelitian ini dilakukan selama empat bulan terhitung Maret 2015 sampai Juni 2015. Adapun metode yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga di RW. 014 Jatiwaringin Pondok Gede Bekasi. Populasi terjangkau dalam penelitian ini adalah 120 orang pernah berbelanja di Hypermart Plaza Pondok Gede. Sampel yang digunakan sebanyak 89 orang dengan menggunakan teknik acak sederhana.

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 31,10 + 0,62 X$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji liliefors menghasilkan $L_{hitung}=0,00599$. Sedangkan L_{tabel} untuk $n=89$ dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0939 karena $L_{hitung}<L_{tabel}$ maka galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi menghasilkan $F_{hitung}<F_{tabel}$, yaitu $0,70<1,67$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan tersebut linier. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung}>F_{tabel}$, yaitu $50,87>3,96$, artinya persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien Korelasi Product Moment dari Pearson menghasilkan $r_{xy}=0,609$, selanjutnya dilakukan uji keberartian korelasi dengan menggunakan uji-t dan dihasilkan $t_{hitung} 7,165$ dan $t_{tabel} 1,658$ pada taraf signifikan dan $dk=87$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy}=0,609$ adalah signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 37,11%, yang menunjukkan bahwa pembelian impulsif ditentukan oleh promosi penjualan sebesar 37,11%.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Promosi Penjualan dengan Pembelian Impulsif Impulsif pada konsumen Hypermart di RW.014 Jatiwaringin Pondok Gede Bekasi

Kata kunci: Pembelian Impulsif, Promosi Penjualan

ABSTRACT

ZAKIYAH SAFITRI. Correlations Between Sales Promotion With Impulsive Buying On The Consumer Hypermart At Rw. 014 Jatiwaringin Villages Pondok Gede Bekasi. Skripsi, Jakarta: Study Program Administration, Department of Economics and Business Administration, Faculty of Economics, University of Jakarta, Juni 2015.

This study aims to determine whether there is a relationship between Sales Promotion With Impulsive Buying On The Consumer Hypermart At Rw. 014 Villages Jatiwaringin Pondok Gede-Bekasi. The method used was as survey with the correlational approach. The population is all citizens At Rw. 014 Jatiwaringin Villages Pondok Gede-Bekasi. Reasonable population in this research is 120 people ever shopped at Hypermart Plaza Pondok Gede. The samples are 89 people with the use of simple random sampling.

The resulting regression equation is $Y = 31.10 + 0.62 X$ Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with the test Liliefors produce $L_{hitung} = 0.00599$. While L_{tabel} to $n = 89$ with a significance level of 0.05 is 0.0939 because $L_{hitung} < L_{tabel}$ the estimated error of Y on X normal distribution. Linearity regression test produces $F_{hitung} < F_{tabel}$, namely $0.70 < 1.67$, so it can be concluded that the linear equations. Significance of the regression test produces $F_{hitung} > F_{tabel}$, ie $50.87 > 3.96$, meaning persmaan significant regression. Product Moment Correlation Coefficient of Pearson generate $r_{xy} = 0.609$, correlation significance test is then performed using t-test and produced t_{hitung} t_{tabel} 7.165 and 1.658 at significant level and $df = 87$. Thus it can be dismpulkan that the correlation coefficient $r_{xy} = 0, 609$ are significant. The coefficient of determination obtained at 37.11%, which shows that the impulsive buying is determined by the sales promotion by 37.11%.

Results from this study showed that there is a positive and significant relationship between Sales Promotion with Impulsive Buying on the consumer Hypermart at Rw. 014 Jatiwaringin Villages Pondok Gede Bekasi






Keywords: Impulsive Buying, Sales Promotion

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dita Puruwita S.Pd M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Ketua Penguji		03/15 /07
2. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Penguji Ahli		03/15 /07
3. <u>Dra. Rohyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Sekretaris		03/15 /07
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		03/15 /07
5. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing II		03/15 /07

Tanggal Lulus : 02 Juli 2015

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 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, Juni 2015
Yang Membuat Pernyataan



Zakiah Safitri
NIM. 8135112328

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin...

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua serta kaka dan abang saya yang selalu memberikan doa dan dukungannya sehingga skripsi ini selesai. Serta untuk teman-teman terdekat dan lainnya yang selalu ada untuk memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pendidikan bukanlah sesuatu yang diperoleh seseorang, tapi pendidikan adalah sebuah proses seumur hidup.

(Gloria Steinem)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dengan judul "Hubungan antara Promosi Penjualan dengan Pembelian Impulsif pada konsumen Hypermart di RW.014 Jatiwaringin Pondok Gede Bekasi".

Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Program Studi Tata Niaga, Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan banyak bimbingan, bantuan, saran serta dukungan moril dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Ibu Dr.Corry Yohana, MM, selaku DosenPembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalammemberikan bimbingan, arahan serta saran kepada peneliti dengan penuhkesabaran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Drs. Nurdin Hidayat, MM., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi danAdministrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, dan DosenPembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalammemberikan bimbingan, arahan serta saran kepada peneliti dengan penuhkesabaran dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan TataNiaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Bpk. Drs. Dedi Purwana ES, M. Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
5. Kedua orang tua, abang, kaka tercinta yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Beasiswa Bidik Misi yang telah memberikan bantuan pendidikan.
7. Warga RW.014 Jatiwaringin Pondok Gede Bekasi atas informasi, bantuan,waktu serta kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
8. Teman-teman Pendidikan Tata Niaga Reguler 2011 yang berjuang bersama dan saling mendukung dan memotivasi.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri maupun bagi pembaca. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik, saran dan masukan untuk perbaikan penulisan skripsi ini.

Jakarta, Juni 2015

Peneliti