

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING VALUE*, *PRICE DISCOUNT*,
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
KONSUMEN DAYUMART SUMATERA PADANG**

SKRIPSI



Oleh:

GEZA SYAFTI PRATAMA

2010070530057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
PADANG
2024**

GEZA SYAFTI PRATAMA

**Pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Price Discount*, dan *Store Atmosphere*
Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Dayumart Sumatera Ulak Karang
Padang**

viii + 148 Halaman + 28 Tabel + 2 Gambar + 15 Lampiran

ABSTRAK

Diera sekarang ini persaingan bisnis semakin ketat, berbagai perusahaan terus melakukan kemajuan dan terus meningkatkan usahanya diberbagai sektor. Salah satu bisnis modern yang berkembang pesat adalah ritel, Untuk itu perusahaan dituntut selalu berinovasi agar dapat mempertahankan eksistensinya. Salah satu cara yang harus dilakukan perusahaan ritel adalah dengan memahami perilaku konsumen. *Impulse buying* merupakan salah satu perilaku konsumen yang sering terjadi pada mall, dan ritel lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh *hedonic shopping value*, *price discount*, dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying* pada konsumen Dayumart Sumatera Ulak Karang Padang.

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian *impulsif* pada Dayumart Sumatera Ulak Karang Padang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Teknik pengumpulan data penelitian melalui kuisisioner dengan menggunakan skala likert. Serta teknik analisis data penelitian ini yaitu regresi linear berganda.

Berdasarkan analisis statistik secara parsial *hedonic shopping value* diperoleh nilai t hitung $2,629 > t$ tabel $1,662$ dan nilai sig $0,010 < 0,05$ artinya H1 diterima dan H0 ditolak. Variabel *price discount* diperoleh nilai t hitung $2,980 > t$ tabel $1,662$ dan nilai sig $0,004 < 0,05$ artinya H2 diterima dan H0 ditolak. Variabel *store atmosphere* diperoleh nilai t hitung $3,354 > t$ tabel $1,662$ dan nilai sig $0,001 < 0,05$ artinya H3 diterima dan H0 ditolak. Hasil uji f dapat diketahui nilai f hitung $18,038 > f$ tabel $3,09$ dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H4 diterima dan H0 ditolak.

Hasil penelitian menunjukkan *hedonic shopping value*, *price discount*, dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* konsumen Dayumart Sumatera Ulak Karang Padang sebesar 37%, dan nilai ini masih rendah, untuk itu perusahaan perlu memperhatikan dan memahami perilaku konsumen agar dapat lebih meningkatkan *impulse buying* pada konsumen.

Kata Kunci : *Hedonic Shopping Value*, *Price Discount*, *Store Atmosphere*,
Impulse Buying

Daftar Bacaan : 41 (2018-2023)

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Price Discount*, dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Dayumart Sumatera Ulak Karang Padang

Nama : GEZA SYAFTI PRATAMA

NPM : 2010070530057

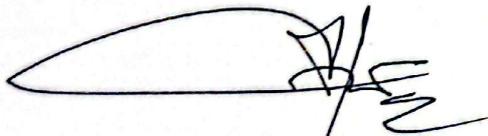
Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan lulus pada 28 Maret 2024.

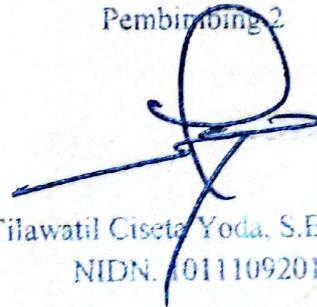
KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing 1



Harry Wahyudi, S.E., M.Si
NIDN. 1007046401

Pembimbing 2



Tilawatil Ciseta Yoda, S.E., M.Si
NIDN. 1011109201

Pengesahan

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



Yefri Resnita, S.P., M.Si., Akt
NIDN. 4027017001

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Price Discount*, dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Dayumart Sumatera Ulak Karang Padang

Nama : GEZA SYAFTI PRATAMA

NPM : 2010070530057

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

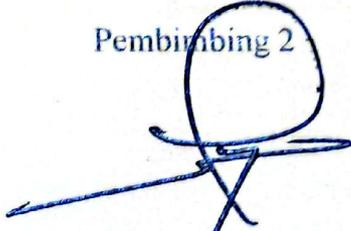
KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing 1



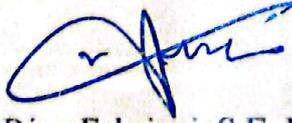
Harry Wahyudi, S.E., M.Si
NIDN. 1007046401

Pembimbing 2



Tilawatil Ciseta Yoda, S.E., M.Si
NIDN. 1011109201

Ketua Program Studi Manajemen



Rina Febriani, S.E., M.Si
NIDN. 1008028401

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Geza Syafti Pratama
NPM : 2010070530057
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis
Peminatan : Manajemen
Jenjang : Strata 1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul: Pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Price Discount*, dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Dayumart Sumatera Ulak Karang Padang.

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, Mei 2024



Geza Syafti Pratama

NPM. 2010070530057