



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN PROMOSI
TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA DI
INDOMARET RUNGKUT MENANGGAL SURABAYA**

ZULIANAH ROUDLOTUL LAILI
161500235

Dosen Pembimbing

Siti Samsiyah S.E.,M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

202

**Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Promosi Terhadap
Pembelian Tidak Terencana Di Indomaret Rungkut
Menanggal Surabaya**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

ZULIANAH ROUDLOTUL LAILI

NIM: 161500235

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Promosi
Harga Terhadap Embelian Tidak Terencana
Di Indomaret Rungkut Menanggal
Surabaya

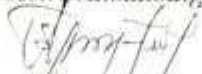
Identitas Mahasiswa :

- a. Nama : Zulianah Roudlotul Laili
- b. Nim : 161500235
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya
- e. Alamat e-mail : zulianahlaili98@gmail.com

Surabaya, 14 September 2020

Mengetahui,

Dosen pembimbing I


Siti Samsiyah, S.P., M.M
NIP : 1511749/DY

Menyetujui,
Ketua Prodi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. H. Teguh Prwanto, M.M
NIP : 11990031001

UNIVERSITAS PGRI
ADIBUANA
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Prodi Manajemen
Ketua Prodi

Dr. Dwiarta, SE., M.M
NIP : 1109598/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zulianah Roudhotul Laili
NIM : 161500235
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas PGRI
Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul :
"Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Promosi Terhadap Pembelian
Tidak Terencana Di Indomaret Rungkut Menanggal Surabaya", yang
saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan
bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2020
bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian
dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia
dituntut dan diproses dengan ketentuan hukum yang berlaku.
Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan
sebenar-benarnya.

Surabaya, 17 Juli 2020



Zulianah Roudhotul Laili
NIM : 161500037

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia ujian skripsi sarjana ekonomi program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Pada Hari : Kamis
Tanggal : 6 Agustus
Tahun : 2020

Surabaya, 14 September 2020

Mengetahui,

Dosen Penguji I



Dra Hj. Yuni Sukandani, S.E., M.M
NPP : 8611142/DY

Dosen Penguji II



Aristha Purwanthari Sawitri, S.E., M.A.
NPP : 1507729/DY

KATA PENGANTAR

AlhamdulillahRobbil'alamiin segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Promosi Terhadap Pembelian Tidak Terencana Di Indomaret Rungkut Menanggal Surabaya”**, dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, kelancaran dalam menunjukkan dan menerangi langkah masa depan hamba, serta memberikan jalan terbaik untuk umat-nya
2. Dr. Marianus Subandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. I Made Bagus Dwiarta, SE. MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
5. Ibu Siti Samsiyah S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan sejak awal hingga penulisan skripsi ini selesai.
6. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
7. Bapak Suroto selaku supervisor Indomaret cabang Rungkut Rungkut Menanggal Surabaya yang mengizinkan untuk melaksanakan kegiatan penelitian diperusahaan.
8. Kepada orang Tua tercinta, dan saudara kandung saya yang selalu berdoa, berjuang, dan mendukung saya dalam penulisan skripsi ini.

9. Dan kepada teman-teman saya, sahabat saya, dan semua pihak yang membantu maaf tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik yang membangun akan diterima sebagai masukan. Semoga kebaikan berbagai pihak diatas mendapat berkah Allah SWT, dan penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya.

Surabaya, 13 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Berita Acara Ujian Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar.....	v
Abstract.....	vii
Abstrak.....	viii
Daftar isi	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1. PenelitianTerdahulu.....	9
2.2. LandasanTeori.....	15
2.2.1. Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.1.1. Pengertian Manajemen pemasaran.....	15
2.2.2. Persepsi Konsumen.....	16
2.2.2.1. Karakteristik stimulus yang mempengaruhi persepsi	17
2.2.2.2. Indikator yang mempengaruhi persepsi	19
2.2.3. <i>Promosi</i>	20
2.2.3.1. Pengertian promosi.....	20
2.2.3.2. Bauran promosi.....	20
2.2.3.3. Indikator variable promosi harga.....	22
2.2.4. Pembelian tidak terencana.....	23

2.2.4.1.	Pengertian.....	23
2.2.4.2.	Indicator penentu keputusan pembelian tidak terencana	24
2.3.	Kerangka Konseptual	25
2.4.	Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1.	Rancangan Penelitian.....	28
3.2.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.2.1.	Populasi.....	31
3.2.2.	Sampel.....	31
3.2.3.	Teknik Pengambilan Sampel	31
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3.1.	Jenis Data	32
3.3.2.	Sumber Data	32
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	34
3.5.1.	Variabel Penelitian	34
3.5.2.	Definisi Operasional Variabel	35
3.6.	Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1.	Uji validitas	36
3.6.2.	Uji reliabilitas.....	37
3.6.3.	Uji asumsi klasik.....	37
3.6.4.	Analisi Menggunakan Regresi Linier Berganda.....	39
3.6.5.	Pengujian Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum objek penelitian	42
4.1.1	Struktur organisasi.....	43
4.1.2	<i>Job Description</i>	45
4.2	karakteristik Responden.....	47
4.3	Deskripsi Variable Penelitian.....	49
4.3.1	Variabel Persepsi Konsumen.....	49

4.3.2 Variabel Promosi Harga	50
4.3.3 Variabel Pembelian Tidak Terencana...	51
4.2.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pertanyaan.....	49
4.4 Analisis Data Penelitian	52
4.4.1. Analisis data	52
4.5 Pengujian Instrumen Penelitian	57
4.5.1 Uji Validitas	57
4.5.2 Uji Reliabilitas	58
4.6 Uji Asumsi Klasik	59
4.7 Analisis Koefisien Determinasi	
Tabel	63
4.8 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.9 Pengujian Hipotesis.....	65
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu	13
3.1. Tabel skala likert.....	34
4.2. Tabel karakteristik responden.....	47
4.3. Tabel variabel Responden.....	49
4.4. Tabel analisis penelitian.....	52
4.5 .pengujian instrument penelitian.....	57
4.6 uji asumsi klasik	59

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual.....	25
3.1 Rancangan Penelitian	30
4.1 Struktur organisasi PT. Indomarco Prismatama.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 3 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 4 : Lembar Persetujuan
- Lampiran 5 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 6 : Kuesioner
- Lampiran 7 : Hasil Output Data SPSS