

**Hubungan Antara Persepsi Promosi dengan Perilaku Pembelian
Impulsif**

SKRIPSI

Yoga Dianraka

13.40.0147



UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2018

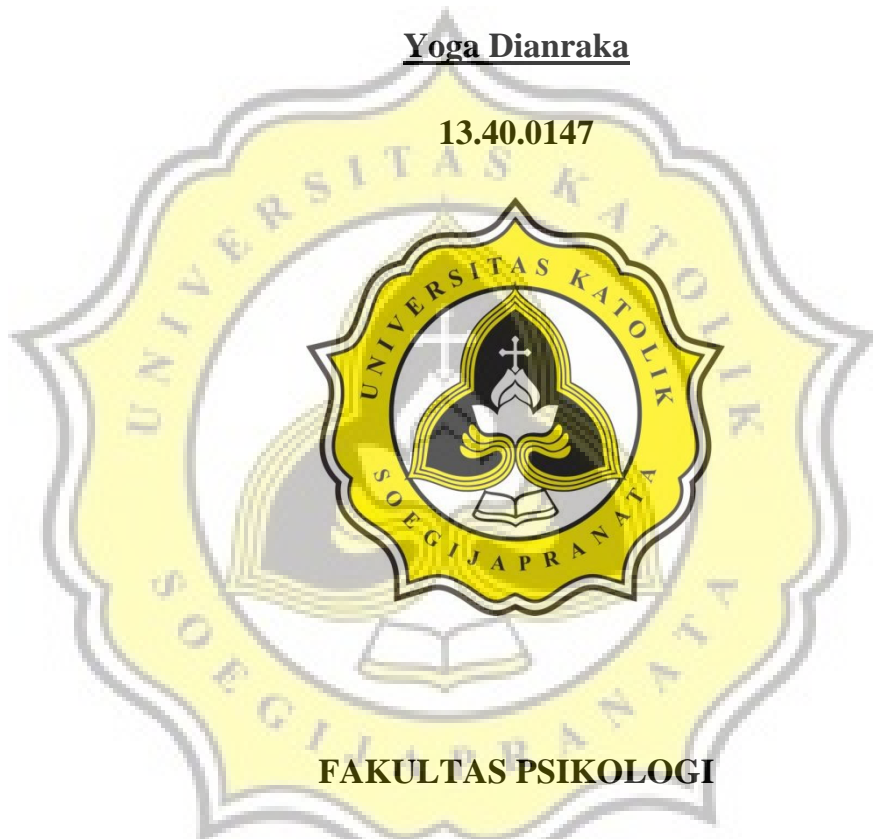
Hubungan Antara Persepsi Promosi Dengan Perilaku Pembelian Impulsif

Skripsi

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi**

Yoga Dianraka

13.40.0147



UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

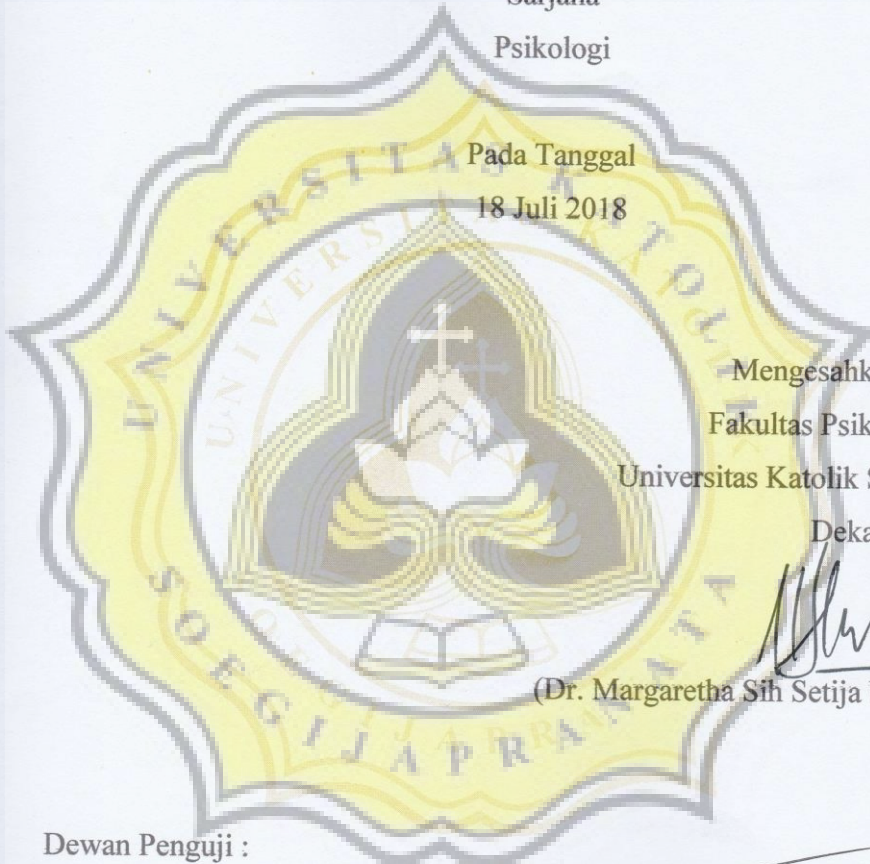
SEMARANG

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna Memperoleh Derajat
Sarjana
Psikologi

Pada Tanggal
18 Juli 2018



Mengesahkan
Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata

Dekan

(Dr. Margaretha Sih Setija Utami M.Kes)

Dewan Penguji :

1. Lucia trisni widianingtanti, S.Psi., M.SI
2. Drs. Y. Sudiantara, M.S
3. Drs. Pius Heru Prianto, M.SI

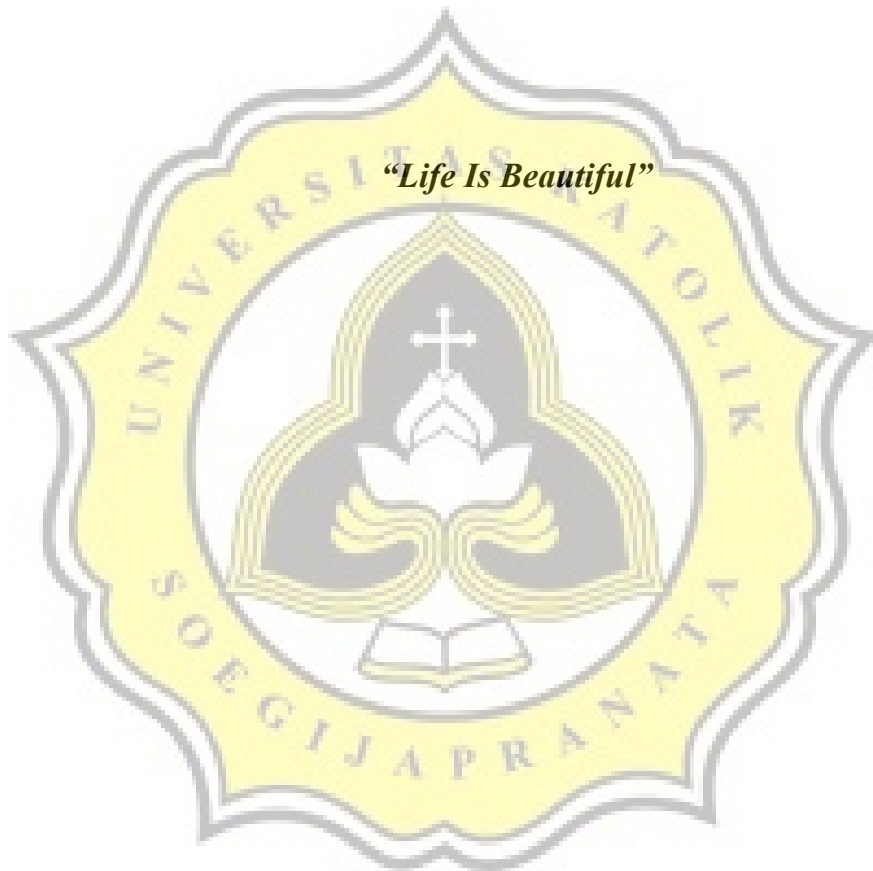
HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk Tuhan yang maha esa yang selalu memberkati dan mendampingi saya selama pengerjaan skripsi ini.

Teruntuk orang tua, sahabat dan teman yang selalu mendoakan dan mendukung dengan luarbiasa.



MOTTO



UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, bimbingan dan restuNya, terhadap penyusunan skripsi yang berjudul “Hubungan antara persepsi promosi dengan perilaku pembelian impulsif” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Maka pada kesempatan ini peneulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih pada beberapa pihak yang telah membantu dan menuntun penulis dalam karya skripsi ini. Dengan segenap hati, penulis mengucapkan terimakasih untuk:

1. Ibu Dr. M. Sih Setija Utami, M.Kes selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Lucia Trisni Widianingtanti, S.Psi., M.Si selaku wali kelas 01 angkatan 2013 dan dosen pembimbing tercinta yang telah banyak memberikan waktu, tenaga, pikiran, kepada penulis dengan penuh kesabaran membimbing selama proses perkuliahan..
3. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata yang sudah membagi ilmunya dari awal hingga saat ini.
4. Seluruh staf pengajaran Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata yang telah banyak membantu dalam segala urusan administrasi maupun birokrasi.

5. Seluruh staf perpustakaan fakultas maupun perpustakaan pusat Universitas Katolik Soegijapranata yang telah melayani dan menyediakan semua acuan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada kedua Orang Tua penulis yaitu Bapak Adi Wahyudi dan Ibu Ayu murbingar yang dengan penuh kasih sayang selalu mendukung dengan doa, nasihat, dan dukungan lainnya yang amat banyak hingga tidak dapat disebutkan satu persatu dalam proses pembuatan skripsi ini.
7. Berjuta – juta terima kasih untuk penghuni kontrakan Fransiska Muhammad Abah, Faizal Okky, Septian, Probo, Basir dan masih banyak lagi hingga tidak dapat disebutkan satu persatu dalam proses pembuatan skripsi ini. terimakasih atas semangat, dukungan dan hiburan yang kalian berikan pada penulis.
8. Teman-teman KKN desa gubug 2016, Terimakasih atas pengalaman, suka duka, kekeluargaan, dan dinamika yang luar biasa dan menyenangkan yang penulis dapatkan.
9. Teman-teman kelas 01 angkatan 2013 terimakasih atas dinamikanya yang sangat luar biasa dan menyenangkan dari awal kuliah hingga sekarang.
10. Terimakasih kepada para subjek yang bersedia mengisi skala dari penulis, dan pihak institusi pendidikan yang menjadi tempat penelitian. Terimakasih telah membantu proses pengumpulan data.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari masih banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Semarang, 19 April 2018

Peneliti



HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI PROMOSI DENGAN PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF

YOGA DIANRAKA

13. 40. 0147

Fakultas Psikologi

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi promosi dengan perilaku pembelian impulsif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala perilaku pembelian impulsif dan skala persepsi promosi. Subjek berjumlah 35 mahasiswa fakultas ekonomi bisnis Unika Soegijapranata. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis data korelasi *product moment* diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r_{xy} 0,482$ dengan $p < 0,01$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi promosi dengan perilaku pembelian impulsif. Semakin tinggi persepsi promosi semakin tinggi perilaku pembelian impulsif dan demikian juga sebaliknya. Dengan demikian maka hipotesis yang diajukan peneliti diterima.

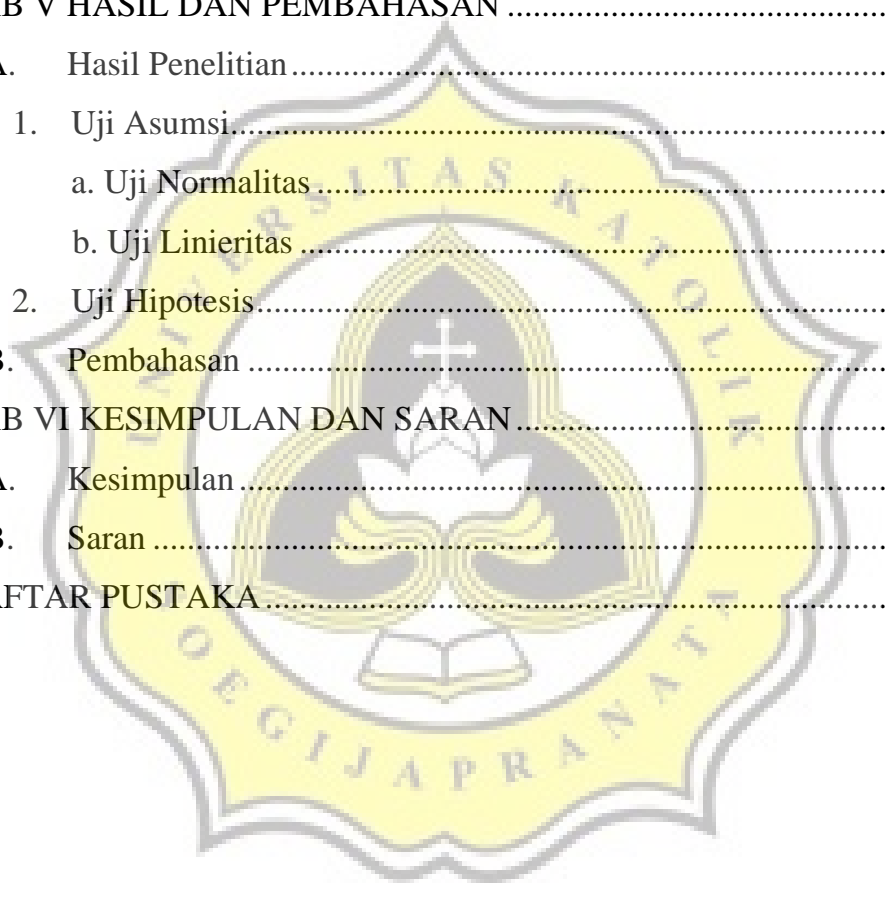
Kata kunci : persepsi promosi, perilaku pembelian impulsif

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	7
C. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Perilaku Pembelian Impulsif	8
1. Pengertian Perilaku Pembelian Impulsif	8
2. Pengukuran Perilaku Pembelian Impulsif	9
a. Aspek kognitif	9
b. Aspek afektif	9
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif	11
a. Faktor Internal	11
b. Faktor Eksternal	11

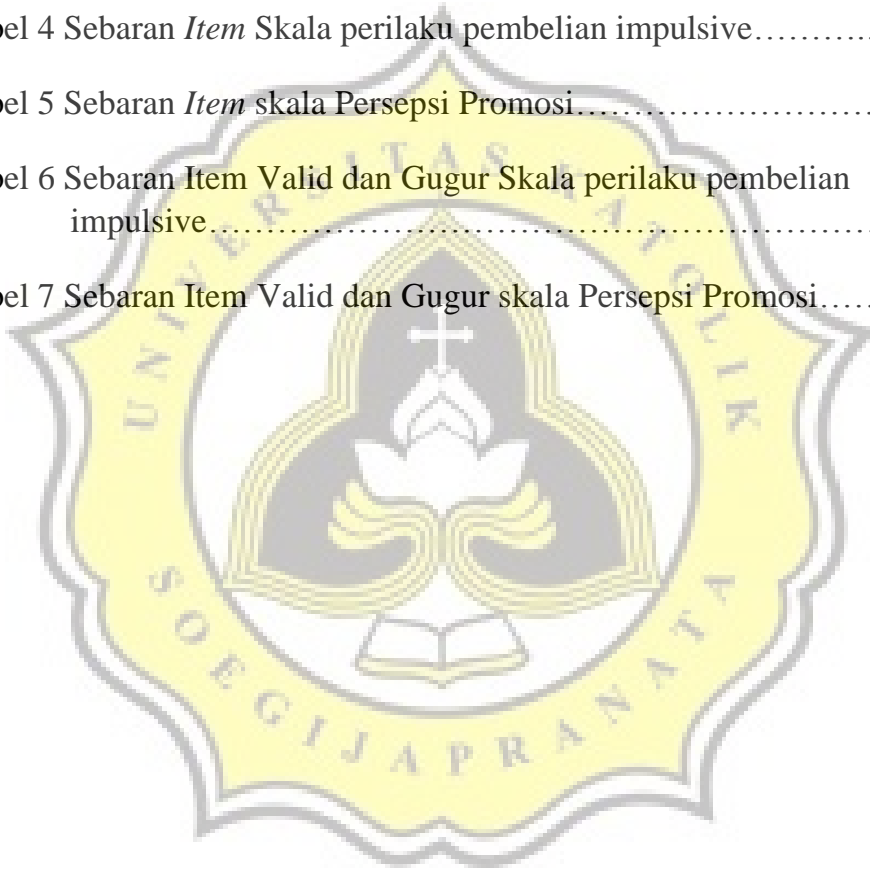
B.	Persepsi Promosi.....	13
1.	Pengertian Persepsi Promosi	13
2.	Pengukuran Persepsi Promosi	15
a.	Aspek kognisi.....	15
b.	Aspek afeksi.....	15
C.	Hubungan Persepsi Promosi dengan Perilaku Pembelian Impulsif ...	18
D.	Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN		22
A.	Metode Penelitian	22
B.	Identifikasi Variabel Penelitian	22
C.	Definisi Operasioanal	22
1.	Perilaku Pembelian Impulsif	22
2.	Persepsi Promosi	23
D.	Subjek Penelitian	23
1.	Populasi	23
2.	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
E.	Metode Pengumpulan Data	24
1.	Alat Pengumpulan Data	24
2.	<i>Blue Print</i> dan Cara Penilaian	24
F.	Uji Coba Alat Ukur.....	27
1.	Uji Validitas Alat Ukur	27
2.	Uji Reliabilitas Alat Ukur	27
G.	Metode Analisis Data	28
BAB IV PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN		29
A.	Orientasi Kanchah Penelitian	29
B.	Persiapan Pengumpulan Data	30
1.	Penyusunan Alat Ukur	30
a.	Skala perilaku pembelian impulsif	30

b. Skala Persepsi Promosi	32
2. Perijinan Penelitian	33
C. Pelaksanaan Pengumpulan Data	34
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	35
1. Skala Perilaku Pembelian Impulsif	35
2. Skala Persepsi Promosi	36
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian.....	38
1. Uji Asumsi.....	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Linieritas	38
2. Uji Hipotesis.....	39
B. Pembahasan	39
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	43
A. Kesimpulan	43
B. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA.....	45



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data survey AC Nielsen.....	3
Tabel 2 <i>Blue print</i> skala perilaku pembelian impulsive.....	25
Tabel 3 <i>Blue print</i> skala Persepsi Promosi.....	26
Tabel 4 Sebaran <i>Item</i> Skala perilaku pembelian impulsive.....	31
Tabel 5 Sebaran <i>Item</i> skala Persepsi Promosi.....	32
Tabel 6 Sebaran Item Valid dan Gugur Skala perilaku pembelian impulsive.....	36
Tabel 7 Sebaran Item Valid dan Gugur skala Persepsi Promosi.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.....	49
Lampiran A Skala Penelitian.....	50
A-1 Skala Pembelian Impulsif.....	51
A-2 Skala Persepsi Promosi.....	55
Lampiran B Data Penelitian.....	59
B-1 Data Penelitian Perilaku Pembelian Impulsif.....	60
B-2 Data Penelitian Persepsi Promosi.....	63
Lampiran C Validitas Dan Reliabilitas.....	67
C-1 Validitas Dan Reliabilitas Perilaku Pembelian Impulif.....	68
C-2 Validitas Dan Reliabilitas Persepsi Promosi.....	74
Lampiran D Uji Asumsi.....	79
D-1 Uji Normalitas.....	80
D-2 Uji Linieritas.....	83
Lampiran E Uji Hipotesis.....	86