

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA TOKO ALFAMART DI
PALANGKA RAYA**

Oleh :

Yeri

223020302198

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Bidang Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PALANGKA RAYA

PALANGKA RAYA

2026

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA TOKO ALFAMART DI
PALANGKA RAYA**

Oleh:

Yeri

223020302198

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Bidang Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PALANGKA RAYA

PALANGKA RAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA TOKO ALFAMART DI PALANGKA RAYA

Oleh:
Yeri
223020302198

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Bidang Konsentrasi Manajemen Pemasaran

Palangka Raya, 20 Agustus 2026

PEMBIMBING I



Dr. Achmad Syamsudin, MM
NIP. 19670518 199802 1 001

PEMBIMBING II



Gema Borneo Poetra, SE., MM, CERA
NIP. 19901213 202321 1 024

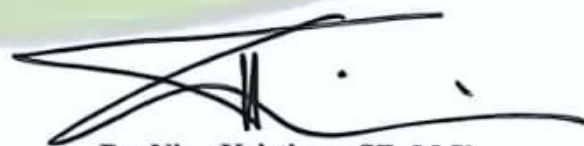
Mengetahui,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Palangka Raya
Dekan,



Dr. Sunaryo N. Tuah, SE., M.P
NIP. 19650401 198703 1 007

Jurusan Manajemen
Ketua,



Dr. Vivy Kristinae, SE, M.Si
NIP. 19840910 201504 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA TOKO ALFAMART DI PALANGKA RAYA

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Yeri
NIM : 223020302198
Jurusan : Manajemen

Telah berhasil dipertahankan di depan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya.

DEWAN PENGUJI

Nama Lengkap:

Tanda Tangan:

Pembimbing I : Dr. Achmad Syamsudin, MM

Pembimbing II : Gema Borneo Poetra, SE., MM, CERA

Penguji : Dr. Ronni Haga, SE., M.Si, CERA

Ditetapkan di : Palangka Raya

Tanggal : 20 Agustus 2026



IDENTITAS TIM PENGUJI

ANALISIS KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA TOKO ALFAMART DI PALANGKA RAYA

Nama : Yeri
NIM : 223020302198
Jurusan : Manajemen

TIM PENGUJI:

1. Ketua Tim Penguji : Dr. Achmad Syamsudin, MM
2. Anggota : Gema Borneo Poetra, SE., MM, CERA
3. Anggota : Dr. Ronni Haga, SE., M.Si, CERA

Tanggal Ujian Skripsi : 20 Agustus 2026
Nomor Surat Tugas Penguji : 4300/UN24.4/KP/2026

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Palangka Raya maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 Bab XX tentang sanksi karya ilmiah tesis dan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palangka Raya, Agustus 2026

Yang membuat pernyataan,



YERI
223020302198

ABSTRAK

YERI, 223020302198, Analisis Dimensi Kualitas Produk, Pelayanan Dan Promosi Terhadap *Impulsive Buying* Pada Toko Alfamart Di Palangka Raya

Tujuan penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk, pelayanan dan promosi terhadap *impulsive buying* pada toko Alfamart di Palangka Raya, pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* Responden dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Alfamart di Palangka Raya dengan ketentuan pernah berbelanja minimal 2 kali. Metode analisis data dalam pengujian hipotesis adalah SPSS versi 23

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* pada Alfamart di Palangka Raya, Implikasi praktis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, pelayanan dan promosi memberikan pengaruh pada peningkatan *impulsive buying* masyarakat. Sesuai dengan teori *impulsive buying* merupakan tindakan membeli yang sebelumnya tidak diakui secara sadar sebagai hasil dari suatu pertimbangan atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko

Kata kunci: kualitas produk, pelayanan, promosi, dan *impulsive buying*

ABSTRACT

YERI, 223020302198, Dimensional Analysis of Product Quality, Service and Promotion of Impulsive Buying at Alfamart Stores in Palangka Raya

The purpose of this study was to analyze the effect of product quality, service and promotion on impulsive buying at Alfamart stores in Palangka Raya, data collection was done by survey method. The sampling technique was purposive sampling. Respondents in this study were all Alfamart consumers in Palangka Raya with the provision that they had shopped at least 2 times. The data analysis method in testing the hypothesis is SPSS version 23

The results of this study indicate that the quality of products, services and promotions have a significant effect on impulsive buying at Alfamart in Palangka Raya. The practical implications of this research show that the quality of products, services and promotions have an effect on increasing people's impulsive buying. In accordance with the theory, impulsive buying is an act of buying that was not previously recognized consciously as a result of a consideration or purchase intention that was formed before entering the store.

Keywords: product quality, service, promotion, and impulsive buying

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS DIRI

- | | |
|--------------------------|--|
| 1. Nama Lengkap | : Yeri |
| 2. Tempat, Tanggal Lahir | : Tumbang Tariak, 26 Juli 2004 |
| 3. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 4. Agama | : Kristen Protestan |
| 5. Alamat | : Jalan C.Bangas II |
| 6. No. HP | : 082252689005 |
| 7. Email | : yeripalangkaraya@gmail.com |
| 8. Orang Tua | |
| Ayah | : Tahan |
| Ibu | : Rinani |

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| 1. SD Negeri Tumbang Tariak | : Tahun 2010 – 2016 |
| 2. SMP Negeri 3 Kurun | : Tahun 2016 – 2019 |
| 3. SMA Negeri 2 Kurun | : Tahun 2019 – 2022 |
| 4. Universitas Palangka Raya | : Tahun 2022 – 2026 |

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji Syukur Kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “ANALISIS DIMENSI KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA TOKO ALFAMART DI PALANGKA RAYA”. Karya ini merupakan salah satu yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana, khususnya dalam bidang Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis di Universitas Palangka Raya. Pasang surut semangat dan kepercayaan diri mewarnai dalam penulisan skripsi ini. Tetapi dengan segala Keagungan Allah penulis mendapat arahan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Salampak, MS. selaku Rektor Universitas Palangka Raya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti Pendidikan Lanjutan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya.
2. Dr. Sunaryo N. Tuah, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti Pendidikan Lanjutan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya
3. Dr. Vivi Kristinae, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya
4. Bapak Dr. Achmad Syamsudin, MM. selaku pembimbing 1 dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan, arahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini

5. Bapak Gema Borneo Poetra, SE., MM., CERA. selaku pembimbing II dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan, arahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini
6. Bapak dan Ibu tim penguji, dengan penuh kesabaran dalam memberikan saran, kritik dan perbaikan dalam penulisan skripsi ini
7. Bapak Ibu Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses pembelajaran
8. Sahabat Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya Angkatan tahun 2022 yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan, support dan doanya sejak perkuliahan sampai dengan selesainya skripsi.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian studi dan skripsi. Semoga Allah melimpahkan keberkahan dan kebaikan.

Palangka Raya, Agustus 2026

Penulis

	DAFTAR ISI	Halaman
BAB I.	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Perumusan Masalah	6
1.3	Tujuan Penelitian	6
1.4	Manfaat Penelitian	7
BAB II.	TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	
2.1	Penelitian Terdahulu.....	9
2.2	Kajian Teori.....	10
2.2.1	<i>Impulse Buying</i>	11
2.2.2	Kualitas Pelayanan.....	13
2.2.3	Promosi Penjualan.....	23
2.2	Kerangka Konseptual	29
2.3	Hipotesis	29
BAB III.	METODE PENELITIAN	
3.1	Pendekatan Penelitian	31
3.2	Populasi dan sampel.....	31
3.3	Instrumen Penelitian.....	33
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.5	Prosedur pengumpulan data.....	35
3.6	Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	55
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	58
4.3	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	60

4.4 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.5 Analisis Data.....	68
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
4.7 Implikasi Penelitian.....	81
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran-saran.....	

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran

DAFTAR PUSTAKA

- Ari dan Attaway dalam Jones, M. A., dkk, (2013), Hedonic and utilitarian shopping value: Investigating differential effects on retail outcomes, *Journal of Business Research*, March: pp 974–981.
- Belk, R.(1975). Situational Variabels and Consumer Behavior.*Journal of Consumer Research*, Vol. 2, December, Pp. 157-164.
- Bellizzi, J.A., Crowley, A.E. & Hasty, R.W. (1983). The effects of color in store design. *Journal of Retailing*, 59, 21-45.
- Chen, Tsai. (2008). Online Impulse Buying and Product Involvement. *Communications of the IBIMA*. Volume 5, 2008.
- Cristina Widya Utami, (2006). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*; Jakarta: Salemba Empat.
- Dharmmesta dan T. Hani Handoko. (2010). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Dharmmesta & Handoko. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta
- Engel, Blackwell dan Miniard. (2013). *Perilaku Konsumen, alih bahasa FX Budiyanto*, Edisi Keenam. Jakarta: Binapura Aksara.
- Eroglu, S. A., K. A. Machleit, and L. M. Davis (2001). Atmospheric Qualities of Online Retailing: A Conceptual Model and Implications. *Journal of Business Research* (54) 2, pp. 177-184
- Harimurti, Fadjar. (2007). Aspek Perpajakan Dalam Praktik Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol.7, No. 1. Universitas Slamet Riyadi.
- Hausman, A. (2000). A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 17(5), 403–419.
- Hatane Samuel. (2005). Respons Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba Ada (Toserba) (Studi Kasus Carrefour Surabaya). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol.7. No.2.<http://puslit.petra.ac.id/~puslit/journals/>.
- Jones, M. A., dkk. (2006). Hedonic and utilitarian shopping value: Investigating differential effects on retail outcomes. *Journal of Business Research*, March: pp 974–981.
- Kotler, Philip. (2014). *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga

- Loudon, David and J. Della Bitta. (1993). *Consumer Behaviour: Concept and Applications*. 4Th Edition. New York: Mc. Graw Hill.
- Mowen dan Minor. (2001). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga: Yakarta.
- Nguyen, T. T. dkk. (2007). Hedonic shopping motivations, supermarket attributes, and shopper loyalty in transitional markets. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 19, No. 3, pp. 227-239.
- Prastia Satrio. “*Pengaruh Kompensasi dan Insentif Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Lenggogeni Jakarta Selatan*”, Universitas Guna Darma, 2013.
- Purjono. (2007). Industri Mobil Antara Minyak, Pemilu, dan Layanan Purnajual, Melalui Gaikindo, *Majalah Marketing* No.12/VII/Desember 2007 halaman 51.
- Park, Chung-Hoon, and Young-Gul Kim. (2006). The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, Vol. 4, No. 1, Page 70 – 90.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2014), *Perilaku Konsumen*. Edisi ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Semuel, Hartane (2005). Respon Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.7, No.2, September 2005:152-170
- Sherry, J. (1990). A Sociocultural Analysis of A Midwestern American Flea Market. *Journal of Consumer Research*, Vol.17 No. 1, pp.13-30
- Silvera, D.H., Lavack, A.M. & Kropp, D. (2008). Impulse Buying: The Role of Affect, Social Influence, and Subjective Wellbeing. *Journal of Consumer Marketing*, 23 (1), pp. 23-33.
- Smith, J, Brock & Colgate, Mark. (2007). *Customer Value Creation: A practical Framework*. *Journal of Marketing Theory and Practice*. Melalui www.proquest.com/pdqweb
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Stoltman, J. J. (1999). An Investigation of Retail Shopping Situations, *International Journal of Retail & Distribution*. 27 (2). pp 145-153
- Utami, Christina W. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Zhuang, H., dan Wand, D., (2006). *Advanced Fuzzy Logic Technologies in Industrial Applications*, Springer, New York