

**PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA, TAMPILAN PRODUK,  
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
(Studi Pada Konsumen *Distribution Store Inspired27* Malang)**

**SKRIPSI**



Oleh  
Ahmad Afan Fadil  
201710160311312

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA, TAMPILAN PRODUK,  
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
(Studi Pada Konsumen *Distribution Store Inspired27* Malang)**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh  
Ahmad Afan Fadil  
201710160311312

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA, TAMPILAN PRODUK,  
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
(Studi pada Konsumen *Distribution Store Inspired27* Malang)**

Oleh :

**Ahmad Afan Fadil**  
201710160311312

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 19 Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

**Dr. Noor Azis, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA, TAMPILAN PRODUK,  
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
(Studi pada Konsumen *Distribution Store Inspired27* Malang)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ahmad Afan Fadil  
NIM : 201710160311312  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 19 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.  
Pembimbing II : Drs. Noor Azis, M.M.  
Penguji I : Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.  
Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.

1.   
2.   
3.   
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Ahmad Afan Fadil**

NIM : **201710160311312**

Program Studi : **Manajemen**

Email : **afanfadil11@gmail.com**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 20 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Ahmad Afan Fadil

**PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA, TAMPILAN PRODUK, DAN  
POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
(Studi Pada Konsumen *Distribution Store Inspired27* Malang)**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh gaya hidup berbelanja, tampilan produk, dan potongan harga terhadap perilaku pembelian impulsive konsumen *distribution store* Inspired27 Malang. Penelitian ini merupakan penelitian ekplanatori terhadap 110 responden konsumen *distribution store* Inspired27 Malang. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan dengan metode kuesioner yang kemudian data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan palikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan masing masing variabel yaitu gaya hidup berbelanja, tampilan produk, dan potongan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsive konsumen *distribution store* Inspired27 Malang.

Kata Kunci : Gaya Hidup Berbelanja, Tampilan Produk, Potongan Harga, Pembelian Impulsif



**PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA, TAMPILAN PRODUK, DAN  
POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
(Studi Pada Konsumen *Distribution Store Inspired27 Malang*)**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the influence of shopping lifestyle, product display, and discounts on impulsive purchasing behavior of consumers of the Inspired27 Malang distribution store. This study is an explanatory study of 110 consumer respondents of the Inspired27 Malang distribution store. The data used is prmer data collected by questionnaire method which is then analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS application. The results of the study showed that each variable, namely shopping lifestyle, product appearance, and discounts, had a positive and significant effect on impulsive purchases of consumers of the Inspired27 Malang distribution store..*

*Keyword : Shopping Lifestyle, Product Display, Price Discount, Impulse Buying*



## KATA PENGANTAR

*Asslamu'alaikum wr.wb*

*Bismillahirrohmanirrohim*

Puji syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja, Tampilan Produk, dan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsumen *Distribution Store* Inspired27 Malang)” ini sesuai waktu yang telah ditentukan. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun bertujuan dalam rangka menyelesaikan Studi Strata 1 yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang dan memberikan masukan dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang terkait langsung dengan penelitian.

Selama proses penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa tidak lepas dari hambatan, kesulitan, dan kekurangan. Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha memberi sebaik mungkin, penulis menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan syukur dan terima kasih kepada:

1. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan persetujuan dalam penelitian ini.
2. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh perkuliahan di jurusan Manajemen.



3. Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M. dan Drs. Noor Aziz, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, aspirasi, dan solusi atas segala permasalahan sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak/Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
5. Bapak Muhammad Laisuddin dan Ibu Sumiyati, selaku orang tua tercinta yang selalu memberi motivasi, semangat dan mendoakan anaknya menjadi pribadi yang lebih baik.
6. Saudara kandung saya yang selalu memberi motivasi, semangat dan mendoakan kakak pertama menjadi pribadi yang lebih baik.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 khususnya kelas Manajemen yang telah membantu penulis berproses dalam waktu bersama untuk menjadi lebih baik.

8. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah terlibat, mendukung dan membantu penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini hingga selesai.

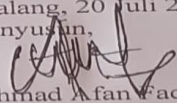
Kepada mereka semua, hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus ikhlas yang dapat saya persembahkan, semoga apa yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dalam lembaran catatan sebagai sebuah ibadah *jariyah* yang tiada ternilai dan semoga segala bantuan yang diberikan kepada saya mendapat balasan dari Allah SWT. Amin

Dengan segala keterbatasan dan kekurangan, penulis persembahkan karya tulis ini. Penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna. Pepatah mengatakan bahwa, "Tak ada gading yang tak retak" sehingga saran maupun kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan dan kesempurnaan karya-karya selanjutnya. Semoga apa yang disajikan dalam karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin. Terima Kasih.

*Billahittaufiq wal Hidayah*

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

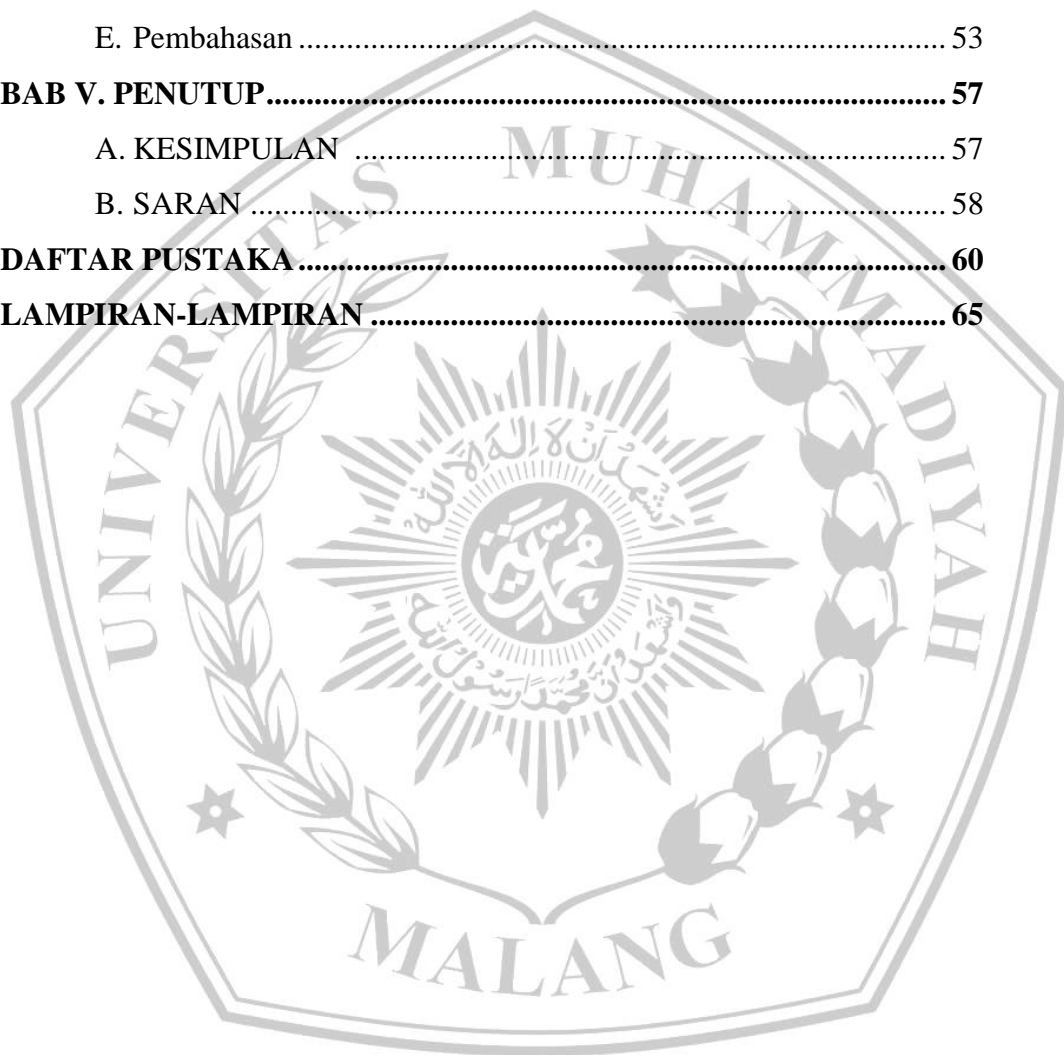
Malang, 20 Juli 2024  
Penyusun,

  
Ahmad Afan Fadil  
201710160311312

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Tinjauan Teori .....	11
B. Kerangka Pikir .....	21
C. Hipotesis .....	22
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Lokasi Penelitian .....	25
B. Jenis Penelitian .....	25
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
D. Jenis dan Sumber Data .....	27
E. Teknik Pengumpulan Data .....	27
F. Definisi Operasional Variabel .....	28
G. Teknik Penskalaan Data .....	29
H. Uji Instrumen .....	30

I. Teknik Analisis Data .....	31
J. Uji Hipotesis .....	35
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Objek .....	36
B. Karakteristik Responden .....	37
C. Rentang Skala .....	39
D. Hasil Analiss Data .....	44
E. Pembahasan .....	53
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>57</b>
A. KESIMPULAN .....	57
B. SARAN .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>65</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.2 Skala Likert.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup Berbelanja.....	40
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Tampilan Produk .....	41
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Potongan Harga .....	42
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Pembelian Impulsif.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi .....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	49
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Regresi.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	51
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Uji Parsial .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian .....	21
Gambar 4.1 Profil Distro Inspired27.....	36



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	69
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	73
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Lampiran 5. Hasil Regresi Linier Berganda.....	77
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	78



## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Muhammad Akbar. 2021. 'Analisis Display Produk Dan Sales Person Terhadap Impulse Buying Pada Gramedia Sun Plaza Medan', *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 2.
- Akbar, Syahrizal Fitriani, Irsan Tricahyadinata, dan Asnawati Asnawati. 2020. 'Pengaruh display produk, promosi below the line dan motivasi belanja hedonis terhadap keputusan pembelian impulsif', *JURNAL MANAJEMEN*, 12: 115-23.
- Belch, George E, dan Michael A Belch. 2004. 'Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective 6th', *New York: McGraw-Hill*.
- Berman, Barry, dan Evans Joel R. 2007. *Retail Management*. (Prentice Hall: New Jersey).
- Buchari, Alma. 2011. 'Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa', *Bandung: Alfabeta*.
- Cobb, Cathy J, dan Wayne D Hoyer. 1986. 'Planned versus impulse purchase behavior', *Journal of retailing*.
- Elvitria, Sasi, dan Mohammad Maskan. 2019. 'PENGARUH DISPLAY PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA GIANT HYPERMART MALL OLYMPIC GARDEN (MOG)', *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5: 133-36.
- Faisal, Ikhwan. 2018. 'Pengaruh Price Discount, Bonus pack, dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar', *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 2: 51-60.
- Fauzi, Latiffah Ulul, Henny Welsa, dan Susanto Susanto. 2019. 'PENGARUH HEDONIC SHOPPING VALUE DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN POSITIVE EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING', *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 10: 150-60.
- Febriani, Shintia Fitri, dan Nuri Purwanto. 2019. 'Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Hijab Butik Rabbani Jombang', *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 2: 53-62.
- Ferdinand, Augusty. . 2014. *Metode Penelitian Manajemen* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang).
- Ghozali, Imam. . 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang).

- Handayani, Wiwik, Muslich Anshori, Indrianawati Usman, dan S Mudjanarko. 2018. 'Why are you happy with impulse buying? Evidence from Indonesia', *Management Science Letters*, 8: 283-92.
- Hidayah, Meizar Nur, dan Dewi Komala Sari. 2021. 'Influence Of Price Discount, In-Store Display, And Shopping Lifestyle On Impulse Buying At Umama Gallery Sidoarjo', *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7: 154-79.
- Husnain, Mudassir, Bushra Rehman, Fauzia Syed, dan Muhammad Waheed Akhtar. 2019. 'Personal and in-store factors influencing impulse buying behavior among generation Y consumers of small cities', *Business Perspectives and Research*, 7: 92-107.
- Imbayani, I Gusti Ayu, dan Ni Nyoman Ari Novarini. 2018. 'Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Behavior', *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3: 199-210.
- Japariato, Edwin, dan Sugiono Sugiharto. 2012. 'Pengaruh shopping life style dan fashion involvement terhadap impulse buying behavior masyarakat high income surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6: 32-41.
- Khakim, Muhammad Luthfi. 2020. 'Pengaruh hedonic motivation dan shopping lifestyle terhadap impulse buying: Studi pada konsumen Transmart Mall di Kota Malang', Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. 'Manajemen Pemasaran, Edisi 13', *Jakarta: Erlangga*, 14.
- . 2016. *A framework for marketing management* (Pearson Boston, MA).
- Kuncoro, Mudrajad. 2004. 'Metode Kuantitatif: Teory dan aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Ed 2'.
- Levy, Michael, dan Barton A Weitz. 2009. "Retailing Management, New York, NY: The McGraw-Hills/Irwin Companies." In.: Inc.
- Louden, David L, Albert J Della Bitta. 1993. *Consumer Behaviors 4 Edition* (Mc Graw Hill: New York).
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran ritel* (Gramedia Pustaka Utama).
- Maharani, Nanda Dwi, dan Eko Boedi Santoso. 2019. 'Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Sophie Paris Business center (BC) Kota Batu', *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5: 117-20.
- Mahmudah, Ainun Rizqiyatul. 2020. 'Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ)', *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1: 290-99.



- Maulana, Ahmad, dan Nurkardina Novalia. 2019. 'The effect of shopping life style and positive emotion on buying impulse (case study of the Palembang City Hypermarket)', *Information Management and Business Review*, 11: 17-23.
- Mediawati, Resi. 2017. 'Pengaruh Display Produk Dan Personal Selling Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Jilbab Di Pasar Kliwon Kudus', STAIN Kudus.
- Melina, Melina, dan M Amin Kadafi. 2018. "Pengaruh Price Discount dan in-Store Display terhadap Impulse Buying pada Matahari Department Store di Samarinda." In *FORUM EKONOMI*, 201-09.
- Mowen, John C, dan Michael Minor. 2002. 'Perilaku Konsumen, edisi Kelima, Jilid 1 dan Jilid 2', Jakarta: PT penerbit erlangga.
- Nielsen. 2020. 'Apa Produk yang Paling Banyak Dibeli pada Harbolnas 2020?', [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id), Accessed 29 Agustus 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/23/apa-produk-yang-paling-banyak-dibeli-pada-harbolnas-2020>.
- Novianto, Wawan , Johannes Johannes, dan Syahmardi Yacob. 2019. 'IS IMPULSE BUYING COULD BE MANAGED: LESSON FROM ALFAMART INDONESIA?', *JOURNAL OF BUSINESS STUDIES AND MANAGEMENT REVIEW*, 2: 107-11.
- Pasaribu, Theresia Putri Kusuma. 2013. 'Peran Point of Purchase dalam Pembelian Tidak Terencana (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Peran Point of Purchase dalam Pembelian Tidak Terencana pada Pengunjung Carrefour Maguwo Yogyakarta)', *Jurnal Ilmu Komunikasi*: 1-15.
- Pontoh, Marsella Engeline, Silcyljeova Moniharapon, dan Ferdy Roring. 2017. 'Pengaruh Display Produk Dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying pada Konsumen Matahari Department Store Mega Mall Manado', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5.
- Putri, Nurrahmi Widya. 2018. 'PENGARUH PRICE DISCOUNT, BONUS PACK DAN PRODUCT DISPLAY TERHADAP IMPULSE BUYING (Studi Pada Konsumen Loka di City Point Kota Malang)', University of Muhammadiyah Malang.
- Rook, Dennis W. 1987. 'The buying impulse', *Journal of consumer research*, 14: 189-99.
- Rook, Dennis W, dan Robert J Fisher. 1995. 'Normative influences on impulsive buying behavior', *Journal of consumer research*, 22: 305-13.

- Sabilla, Sylviana, dan Bambang Hadi Santoso. 2018. 'Pengaruh Price Discount, Bonus Pack dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7.
- Saladin, Djaslim. 2003. 'Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian', *Bandung: Linda Karya*.
- Sari, Desak Made Febri Purnama, dan Ida Ayu Iswari Pidada. 2020. 'Hedonic shopping motivation, shopping lifestyle, price reduction toward impulse buying behavior in shopping center', *International Journal of Business, Economics and Management*, 3: 48-54.
- Sari, Devid Ulva. 2017. 'Pengaruh Price Discount, Sales Promotion, dan In-Store Display terhadap Keputusan Impulse Buying pada PT. Matahari Departement Store Tbk. Panakkukang Makassar', Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Schiffman, L.G. , dan L.L. Kanuk. 2007. *Purchasing behavior. Upper Saddle River* (Pearson Pretience Hall: New Jersey).
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi. 2019. 'Metode penelitian survai'.
- Solomon, Michael R, dan Nancy J Rabolt. 2009. *Consumer behavior: In fashion. 2nd Edition* (Prentice Hall).
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior* (Pearson: New Jersey).
- Stern, Hawkins. 1962. 'The significance of impulse buying today', *Journal of marketing*, 26: 59-62.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Alfabeta.: Bandung).
- Sumarwan, Ujang. 2011. 'Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran', *Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Sutisna, SE. 2002. *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran* (PT Remaja Rosdakarya: Jakarta).
- Thamara, Ferdalia, Faeza Dandi, Inayatul Maulida, dan Vicky F Sanjaya. 2020. 'Effect of Price Discount, Instore Display, and Promotion on Impulse Buying', *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1.
- Thamrin, Abdullah, dan Francis Tantri. 2015. *Manajemen Pemasaran* (Rajagrafindo Persada: Jakarta).
- Thomas, Ajith K, Reni Louise, dan VP Vipinkumar. 2018. 'Impact of visual merchandising, on impulse buying behavior of retail customers', *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 6: 474-91.

- Tjiptono, Fandy. 2008. 'Strategi Pemasaran Edisi 3', *Yogyakarta: Andi*.
- Tumiwa, Recky Denis, Lisbeth Mananeke, dan Djurwati Soepeno. 2021. 'PENGARUH SALES PROMOTION, BRAND, DAN PRODUCT DISPLAY TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING DI ALFAMIDI MALALAYANG MANADO', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9.
- Umboh, Zefanya, Lisbeth Mananeke, dan Reitty L Samadi. 2018. 'PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOUR KONSUMEN WANITA DI MTC MANADO', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6.
- Utami, Christina Widya. 2010. 'Manajemen Ritel (edisi 2)', *Jakarta: Salemba Empat*.
- Warnerin, Gita, dan Renny Dwijayanti. 2020. 'PENGARUH DISKON DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT STORE GRESS MALL GRESIK', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.
- Wijaya, Ermy, dan Yeni Oktarina. 2019. 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu', *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7: 10-22.
- Wisesa, I Gusti Bagus Satria, I Komang Setiawan, Ni Luh Putu Mita Pramestya Utami, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan Made Jatra. 2019. 'PENGARUH STORE ATMOSPHERE, DISPLAY PRODUCT, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING (Studi kasus pada Indomaret di kota Denpasar) I Putu Widya Artana', *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8: 369-94.
- Wonggo, Celine M, Joyce SLHV Lopian, dan Mirah H Rogi Rogi. 2020. 'DAMPAK DISCOUNT, BRAND IMAGE DAN IN STORE DISPLAY TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PT. MATAHARI DEPARTEMENT STORE MANTOS 2', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8.
- Wood, Michael. 1998. 'Socio-economic status, delay of gratification, and impulse buying', *Journal of economic psychology*, 19: 295-320.

# PENGARUH GAYA HIDUP BERBELANJA, TAMPILAN PRODUK, DAN POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Studi Pada Konsumen Distribution Store Inspired27 Malang)

## ORIGINALITY REPORT

<b>17</b> %	<b>17</b> %	<b>0</b> %	<b>2</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>11</b> %
<b>2</b>	<b>jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id</b> Internet Source	<b>5</b> %
<b>3</b>	<b>Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur</b> Student Paper	<b>2</b> %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 2%

Exclude bibliography  On

