

SKRIPSI

PENGUKURAN PENGARUH KATALOG DAN POTONGAN HARGA  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MENGGUNAKAN REGRESI LINEAR  
BERGANDA PADA AKUN INSTAGRAM @WIN.IDSTORE



Oleh

NANDA FEBRI RAMDANA

09031381320003

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
JULI 2019

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

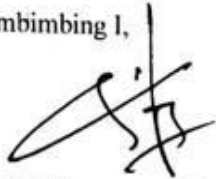
PENGUKURAN PENGARUH KATALOG DAN POTONGAN HARGA  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MENGGUNAKAN REGRESI  
LINEAR BERGANDA PADA AKUN INSTAGRAM @WIN.IDSTORE

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian  
studi di Program Studi Sistem Informasi SI

Oleh :

Nanda Febri Ramdana  
09031381320003

Pembimbing I,



Ari Wedhasmara, S.Kom., M.T.I.  
NIP : 197812112010121002

Palembang, Juli 2019  
Pembimbing II,



Allsela Meiriza, S.Kom., M.T  
NIP : 19830513201512201

Mengetahui Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP : 197811172006042001

## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Selasa

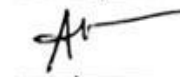
Tanggal : 30 Juli 2019

Tim Penguji :

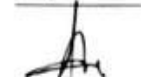
1. Ketua (Pembimbing I) : Ari Wedhasmara, S.Kom., M.T.I.



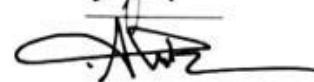
2. Sekretaris (Pembimbing II) : Allsela Meiriza, S.Kom., M.T



3. Ketua Penguji : Ken Ditha Tania, M.Kom



4. Anggota I : Fathoni, MMSI



5. Anggota II : Putri Eka Sevtiyuni, M.T



Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T

NIP 197811172006042001

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nanda Febri Ramdana

NIM : 09031381320003

Program Studi : Sistem Informasi Bilingual

Judul Skripsi : Pengukuran Pengaruh Katalog Dan Potongan Harga  
Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan Regresi  
Linear Berganda Pada Akun Instagram @Win.Idstore

Hasil Pengecekan *Software iThenticate/Turnitin* : 12 %

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.

Palembang, 30 Juli 2019

Nanda Febri Ramdana  
NIM : 09031381320003

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

“Life is never flat”

“Setiap orang mempunyai waktu tersendiri, Cepat belum tentu benar, Lambat  
belum tentu salah”

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- Allah SWT
- Kedua Orang Tua
- Dosen Pembimbing dan Penguji
- Teman seperjuangan Sistem Informasi Bilingual 2013
- Almamaterku, Universitas Sriwijaya

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Segala puji dan syukur Penulis panjatkan pada Allah SWT atas limpahan rahmat, berkat, dan karunia-Nya sehingga Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengaruh Katalog Dan Potongan Harga Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan Regresi Linear Berganda Pada Akun Instagram @Win.Idstore ” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini merupakan bentuk karya ilmiah Penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program Studi Sistem Informasi jenjang Starta Satu (S1) Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan kontribusi pada Skripsi ini. Dengan demikian, Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Kedua Orang Tua Penulis yang telah membimbing dan mendukung Penulis dari segala aspek. Atas limpahan kasih sayang, dukungan dan do'a yang tiada putus selama ini.
2. Bapak Jaidan Jauhari. MT. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi.
4. Bapak Ari Wedhasmara, S.Kom.,M.T.I selaku Dosen Pembimbing I
5. Ibu Allsela Meiriza,S.Kom.,M.T selaku Dosen Pembimbing II.

6. Dosen-dosen yang telah membimbing, dan membagi ilmunya kepada penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
7. Staff Administrasi Jurusan, Dekanat Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya, Staff BAAK dan Rektorat Universitas Sriwijaya.
8. Bapak Welly Muhammad Rahmadi selaku pemilik *Online Shop @Win.idstore*.
9. Teman-teman Sistem Informasi Bilingual 2013, 2012, dan 2014 yang tidak bisa disebut satu persatu.

Penulis berharap Skripsi ini dapat membantu menambah wawasan dan manfaat bagi pembaca semuanya. Penulis sadar bahwa masih sangat banyak kekurangan di dalam Skripsi ini. Dengan demikian, Penulis sangat bersungguh-sungguh mengharapkan kritik & saran pihak-pihak pembaca. Dan nantinya akan Penulis jadikan bahan evaluasi agar ke depannya menjadi lebih baik.

Palembang, Juli 2019  
Penulis

Nanda Febri Ramdana

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	3
1.1 Latar Belakang .....	3
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	8
2.1.2 Kriteria Model Perilaku Konsumen .....	9
2.1.3 Model Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4 Indikator Perilaku Konsumen .....	11
2.1.5 Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumen.....	15
2.2 Potongan Harga.....	16
2.2.1 Jenis Potongan Harga.....	16
2.2.2 Faktor – Faktor Potongan Harga.....	17
2.2.3 Tujuan Penetapan Potongan Harga .....	18
2.3 Katalog .....	18
2.4 Regresi Linear Berganda.....	19
2.4.1 Persamaan dalam Regresi Linear Berganda.....	20
2.4.2 Koefisien Determinasi Regresi Linear Berganda.....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	22
3.1 Objek Penelitian .....	22
3.2 Desain Penelitian.....	22



3.2.1 Kerangka Berpikir.....	22
3.2.2 Hipotesis Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel .....	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5 Statistik Penelitian.....	26
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1.1 Hasil .....	32
4.1.2 Pembahasan.....	33
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>41</b>
5.1.1 Kesimpulan .....	41
5.1.2 Saran.....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>44</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel Skor 3.1 .....	26
Tabel 4.1 <i>Output</i> Uji Normalitas.....	33
Tabel 4.2 <i>Output</i> Uji Multikolinieritas.....	34
Tabel 4.3 <i>Output</i> Uji Heteroskedastisitas .....	35
Tabel 4.4 <i>Output</i> Uji Hipotesis .....	36
Tabel 4.5 <i>Output</i> Uji T .....	37
Tabel 4.6 <i>Output</i> Uji F .....	37
Tabel 4.7 <i>Output</i> Uji Koefisien Determinasi .....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Berpikir Penelitian .....	23
Gambar 4.1 Rata-rata nilai per variabel .....	32

## DAFTAR RUMUS

Rumus Regresi Linear Berganda (2.1).....	20
Rumus Koefisien Determinasi $R_2$ (2.2).....	21
Rumus Slovin (3.1).....	24
Rumus Regresi Linear Berganda(3.2) .....	33
Rumus Koefisien Determinasi $R_2$ (3.3) .....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran SPSS. ....	A-1
Lampiran Profil @Win.idstore .....	B-2
Lampiran Kuesioner .....	C-3
Lampiran SK Tugas Akhir .....	D-4
Lampiran Suliet .....	E-5
Lampiran Form Perbaikan Ujian Komprehensif .....	F-6
Lampiran Bebas Bayaran .....	G-7

**PENGUKURAN PENGARUH KATALOG DAN POTONGAN HARGA  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MENGGUNAKAN REGRESI  
LINEAR BERGANDA PADA AKUN INSTAGRAM @WIN.IDSTORE**

Oleh

**Nanda Febri Ramdana**

**09031381320003**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh katalog *online shop* akun @Win.idstore di Instagram dan potongan harga terhadap perilaku konsumen *Follower* akun @Win.idstore. Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanasi *survey* kuantitatif. Model dari perilaku konsumen menggunakan model *The Howard and Sheth Model of Buyer Behaviour*. Data yang dideskripsikan berupa data dari hasil kuesioner perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan kuesioner *online* dengan teknik *quota sampling*. Analisis yang digunakan regresi linear berganda dengan perhitungan menggunakan bantuan program SPSS 23. Metode pengumpulan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin diperoleh sampel sebanyak 366 responden. Hasil analisis dengan regresi linear berganda didapat 1% perilaku konsumen dipengaruhi oleh katalog *online shop* @Win.idstore dan potongan harganya 99% dipengaruhi oleh faktor lain. Katalog *online shop* @Win.idstore dan potongan harga secara bersama – sama berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada *Follower* @Win.idstore. Hasil yang didapat adalah katalog *online shop* @Win.idstore secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Potongan harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

**Kata Kunci :** *Perilaku Konsumen, Potongan Harga, Instagram, Katalog Online Shop, Regresi Linear Berganda, Slovin*

**Palembang, Juli 2019**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,**

**Pembimbing,**

**Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP : 19781112006042001**

**Ari Wedhasmara, S.Kom.,M.T.I  
NIP : 197812112010121002**

**MEASUREMENT AND REBATE EFFECT MEASUREMENTS AGAINST  
CONSUMER BEHAVIOUR USING MULTIPLE LINEAR REGRESSION  
IN INSTAGRAM ACCOUNT @WIN.IDSTORE**

**By**

**Nanda Febri Ramdana      09031381320003**

**ABSTRACT**

This research intends to figure out the influence of online shop catalog @Win. Idstore on Instagram and rebate on consumer behavior of the Follower account @Win. Idstore. The research method that authors use in this study is the method of exportation of quantitative surveys. Model of consumer behaviour using a model of The Howard and Sheth Model of Buyer Behaviour. The data described is data from consumer behaviour questionnaire results. This research uses online questionnaires with quota sampling techniques. Analyses used multiple linear regression by calculation using the help of SPSS 23 programs. The method of collecting samples on this research using the formula Slovin obtained a sample of 366 respondents. Results of analysis with multiple linear regression obtained 1% of consumer behavior is influenced by the online shop catalog @Win. Idstore and the price pieces of 99% are influenced by other factors. The Online Shop catalog @Win. Idstore and the price rebate together – affect the consumer behaviour of the Follower @Win. Idstore. The results are catalog online shop @Win. Idstore partially does not affect the behavior of consumers. The partial rebate does not affect consumer behaviour.

***Keywords:*** *Consumer Behaviour, Discount, Instagram, Online Shop Catalog, Multiple Linear Regression, Slovin*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang kini semakin pesat mendorong manusia untuk terus mengembangkan teknologi informasi. Banyak manusia yang menerapkan teknologi informasi ke dalam dunia perdagangan untuk bersaing di pasar, yaitu salah satunya dengan *Internet*. Menurut Aryato & Tarigan (2015) Produk yang ditawarkan mencakup semua barang dan jasa atau bisa dikatakan tidak terbatas mulai dari barang elektronik, *fashion* hingga kebutuhan rumah tangga. Toko yang digunakan pemasar di dalam *internet* disebut *online shop*.

Saat ini, istilah dari kata *online shop* tidak asing bagi masyarakat, dikarenakan penggunaan *internet* semakin hari semakin meningkat. Belanja apapun semakin mudah dan praktis, *online shop* atau belanja *online* lewat internet merupakan suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui *internet*. Hanya perlu terhubung dengan internet untuk melakukan transaksi jual beli secara *online* (Fitria, 2015).

Hal yang menunjang dalam berbelanja *online* adalah potongan harga dan bentuk katalog yang dibuat oleh pemasar agar memiliki daya tarik terhadap konsumen. Penjualan akan produk akan memiliki daya tarik apabila katalog yang dihadirkan menarik, katalog penting untuk membuat barang yang dijual semakin menarik konsumen, dengan menggunakan katalog sebagai media promosi. Katalog disusun secara rinci dan menarik, sehingga dapat menarik konsumen.



Katalog yang baik, sebaiknya dilengkapi dengan foto dan kriteria produk yang lengkap (Praswati, dkk 2016) Lain halnya dengan potongan harga, potongan hargapun punya andil dalam menarik pelanggan.

Sebuah produk akan terlihat menarik dan banyak diminati oleh konsumen dengan adanya potongan harga, potongan harga juga menjadi salah satu faktor untuk mendapatkan pelanggan, potongan harga yang artinya pengurangan yang di kenakan dari harga awal yang di tetapkan pada barang. Strategi potongan harga diberlakukan dengan tujuan utama perputaran uang perusahaan tetap terjaga (Sianipar, 2017). Dengan katalog dan potongan harga pemasar menarik pelanggan untuk membeli produk. Saat ini banyak aplikasi yang dapat membantu dalam proses belanja *online*, salah satunya instagram.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Dari kelebihan fitur tersebut, membuat sebagian orang berkesempatan untuk menjadikan instagram sebagai lahan untuk berbisnis disebut dengan *online shop* (Islamy, 2015). Instagram adalah aplikasi tidak berbayar dengan kata lain yaitu gratis, gratis untuk mengaksesnya dan membagikan video dan foto tanpa ada bayaran. Banyak peluang untuk berdagang di instagram (Fitria, 2015).

*Global Marketing Solutions*, Carolyn Everson, mengumumkan bahwa instagram kini telah digunakan oleh 800 juta pengguna aktif setiap bulannya, dengan 500 juta pengguna setiap hari. Ini menunjukkan pencapaian instagram sebagai layanan berbagai foto dan video terbesar di dunia. Nyatanya, kini instagram Stories telah digunakan 250 juta pengguna setiap harinya. Sebagai perbandingan, Snapchat hanya memiliki 300 juta pengguna aktif dengan 173 pengguna setiap hari (dalam Hidayat, 2018).

Dengan adanya instagram, banyak pedagang memanfaatkan aplikasi tersebut, seperti akun @Win.idstore menggunakan instagram untuk berjualan. Akun @Win.idstore ini merupakan salah satu *online shop* di instagram yang berbasis di kota Palembang. Akun tersebut digunakan untuk menjadikan aplikasi instagram sebagai katalog dalam berdagang dengan menjual barang – barang seperti sepatu, tas, jaket, celana, topi, dan jam tangan yang kualitasnya *original*.

Saat ini @Win.idstore mendapat respon yang positif dari pengguna instagram, tercatat pada tanggal 21 Oktober 2018 mempunyai *followers* sebanyak 4.339 hal ini menandakan bahwa @Win.idstore adalah *online shop* yang terpercaya dengan banyaknya *followers* akun tersebut.

Belanja *online shop* menjadikan perilaku konsumen sebagai kebiasaan yang dilakukan masyarakat saat ini, dalam Undang – Undang Republik Indonesia, pasal 1 angka 2 Nomor 8 Tahun 1999 tentang Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Menurut Setiadi (2015) Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Penelitian tentang regresi linear berganda dilakukan oleh (Sianipar, 2017) mengenai Pengaruh Potongan Harga Terhadap *Impulse Buying* Pada Pelanggan Indomaret Jamin Ginting Padang Bulan dan penelitian (Nursianto, 2016) mengenai Pengaruh Katalog Online Shop Di Instagram Dan Status Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Korelasi Terpaan Katalog Online Shop Akun @Steddystore Di Instagram Dan Status

Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumen Pada Followers Akun @Steddystore). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa katalog dan potongan harga dapat meningkatkan perilaku konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan melakukan penelitian yang berjudul Pengukuran Pengaruh Katalog dan Potongan Harga Terhadap Perilaku Konsumen Menggunakan Regresi Linear Berganda Pada Akun Instagram @Win.Idstore. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh katalog dan potongan harga pada *online shop* akun @Win.idstore di instagram. Aspek penelitian yang akan diteliti adalah *followers* dari akun @Win.idstore. Penelitian ini akan berfokus pada katalog dan potongan harga yang di kirimkan oleh akun @Win.idstore terhadap *followers* nya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh katalog dan potongan harga dengan perilaku konsumen pada *followers* akun @Win.idstore di instagram ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian dengan mengukur pengaruh katalog dan potongan harga terhadap perilaku konsumen menggunakan akun tersebut. Sehingga pihak @Win.idstore dapat meningkatkan penjualan berdasarkan hasil penelitian pengukuran pengaruh katalog dan potongan harga terhadap perilaku konsumen menggunakan regresi linear berganda pada akun instagram @Win.idstore.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Sebagai masukan bagi @win.idstore yang menggunakan instagram sebagai katalog *online shop* dalam memasarkan produk. Mengetahui tingkat efektivitas promosi lewat instagram dan keputusan pembelian dari katalog.

### 1.5 Batasan Masalah

Penelitian dilakukan secara terarah maka penulis membatasi permasalahan, yaitu:

1. Akun instagram @Win.idstore.
2. Populasi dari *followers* akun instagram @Win.idstore.
3. Perilaku konsumen yang diukur dilihat dari pengaruh katalog dan potongan harga.
4. Analisis data menggunakan regresi linear berganda.
5. Indikator perilaku konsumen yang diukur dilihat dari Schiffman dan Kanuk dalam (Virgo, 2015) yaitu kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis.
6. *Tools* yang digunakan IBM SPSS 24.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryato, D., & Tarigan, F. A. (2015). Aplikasi Penjualan Pakaian Secara Online ( Studi Kasus : Tauko Medan ). *Jurnal Times, Iv* (Bisnis Intelijen), 2–7.
- Effendi, S. (2012). *Metode Penelitian Survei. (Revisi)*. Jakarta: Lp3es.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *Ejurnal Ilmu Komunikasi, 1*(3), 117–128.
- Ghozali, Imam (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Islamy, D. P. (2015). Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi Smp Islam Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai (Bsd) Kota Tangerang Selatan. *Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Jusuf, D.I. (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia: Andi Offset.
- Khoirinnisa, E., Gumilar, I., & Nurhayati, A. (2016). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Kaki Naga, *Vii*(1), 66–74.
- Kurniasari. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian, 1–46.
- Lupiyoadi. R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi* (3rd Ed.). Jakarta: Salemba Empat
- Mangkunegara. (2012). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Nursianto, D. (2016). Pengaruh Katalog Online Shop Di Instagram Dan Status Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumen.
- Praswati, A. N., Syamsudin, Isa, M., Prijanto, T. (2016). Strategi Pemasaran Katalog Produk (Studi Kasus Pengrajin Bambu Sukodono Sragen), *1*, 150.
- Rakhmat, J (2014). *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, J., & Salim, H. N. (2016). *Prosedur - Prosedur Populer Statistik Untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Bandung: Gava Media.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen Perspektif, Kontemporer, Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen* (Revisi). Bandung: Prenadamedia Group.
- Sianipar, M. (2017). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Indomaret Jamin Ginting Padang Bulan. <https://doi.org/10.1007/S13398-014-0173-7.2>

- Sudijono, A. (2015). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tielung, M. V. J. (2017). Pengaruh Potongan Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado Price Discounts And Store Atmosphere , On Impulse Buying At Matahari Departement Store Mega Mall Manado, 5(3), 3538–3548.
- Tolisindo, J. (2017). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 1(1), 1188–1197. <https://doi.org/10.1111/J.1469-7610.2010.02280.X>
- Utomo, D. C. (2015). Pengaruh Potongan Harga, Pemberian Hadiah Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Purworejo, 3, 11–29. <https://doi.org/10.1016/J.Fertnstert.2012.10.037>
- Verina, Yulianto Dan, & Latief. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook (Survei Pada Konsumen Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook Yang Berlokasi Di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 1–10.
- Virgo, M. (2015) *Pengaruh Motivasi Konsumen Dan Persepsi Kualitas Terhadapminat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Kamera Dslr Nikon Di Bandung)*. Universitas Widyatama, Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis Dan Manajemen. Bandung: Jurusan Manajemen.
- Warahma, R. (2017). *Pengaruh Price Discount, Store Atmosphere, Terhadap Keputusan Pembelian Serta Shopping Emotion Dan Impulse Buying Sebagai Variabel Intervening (Kasus Pada Perilaku Konsumen Giant Supermarket, Semarang)*. Universitas Diponegoro, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonimika dan Bisnis. Semarang: Jurusan Manajemen.
- Yuniarto, R. K. Dan B. (2015). *Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya Dengan R* (1st Ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.

