



**“PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP  
*IMPULSE BUYING* PADA GENERASI Z”  
(Studi Pada Pengguna Shopee)**

**Skripsi**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata I**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun:**

**Aprilia Dewi Ratnasari**

**14030118120013**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Produk dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Z (Studi Pada Pengguna Shopee)

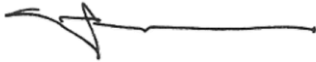
Nama Penyusun : Aprilia Dewi Ratnasari

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan dah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 5 Juli 2022

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono., MTP

NIP. 196408271990011001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 196908221994031003

**Dosen Pembimbing**

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si

**Dosen Penguji**



Dra. Apriatni Endang P, M.Si



Drs. Wahyu Hidayat, M.Si



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Aprilia Dewi Ratnasari

NIM : 14030118120013

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Karakteristik Produk dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying pada Generasi Z (Studi Pengguna Shopee)**

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri dan bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 5 Juli 2022

Pembuat Pernyataan



Aprilia Dewi Ratnasari

NIM. 14030118120013

**MOTTO**

*Never give up because beautiful things can be born from misery*

-Bridgett Devou-

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

1. Untuk keluarga saya yang selalu mendukung saya dalam mengerjakan skripsi ini dan selalu mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Untuk Ibu Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos,M.Si dan Ibu Dra. Apriatni Endang P, M.Si selaku dosen pembimbing saya yang selalu membantu dan sangat sabar dalam membimbing saya menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabat semenjak SMP, Pascal dan Ina yang selalu memberikan dukungan serta menghibur saya dan selalu menemani mengerjakan skripsi ini.
4. Sahabat semenjak SMA, Ara, Cacak, Haritz, Firza, Rasya yang selalu memberikan dukungan dan menemani saya untuk mengerjakan skripsi ini.
5. Sahabat saya di bangku SMA, Aci dan Sarah yang selalu ada untuk saya ketika bingung dalam mengerjakan skripsi ini, tidak pernah lelah untuk saling memberi semangat, serta menjadi saksi perjalanan hidup kuliah saya. Without them I'm nothing.
6. Untuk Najmi, yang sudah menemani saya dari awal persidangan di kuliah ini dan selalu mendukung serta mendoakan yang terbaik untuk saya.
7. Untuk Kadep dan BPH HMD Administrasi Bisnis, yang selalu membagi segala informasi yang berguna baik semenjak masa kepengurusan sampai setelah masa kepengurusan.
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu didalam persembahan ini, saya mengucapkan terimakasih banyak atas dukungan, bantuan dan doa terbaik yang sudah diberikan.

## ABSTRAK

Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi dan informasi semakin berkembang dengan pesat. Salah satunya adalah penggunaan internet yang menjadi penghubung antar manusia dalam berkomunikasi, mendapatkan hiburan dan bertukar informasi. Internet juga membantu manusia untuk melakukan kegiatan sehari-hari secara online salah satunya adalah berbelanja dengan menggunakan e-commerce. Dengan munculnya dan semakin berkembangnya *e-commerce* di Indonesia membuat perilaku konsumen pun juga berubah, dari yang berbelanja secara konvensional atau mendatangi toko secara langsung sekarang mulai beralih dengan berbelanja secara *online*, salah satu e-commerce yang sering digunakan di Indonesia adalah Shopee. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari karakteristik produk dan sales promotion terhadap impulse buying di generasi z pada pengguna Shopee. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana dan berganda, uji t, dan uji F yang diolah menggunakan SPSS 25.0 Penelitian ini memberikan hasil bahwa karakteristik produk dan sales promotion memiliki pengaruh terhadap impulse buying baik parsial maupun simultan. Saran yang dapat diberikan penulis Shopee dapat memperhatikan lagi karakteristik produk yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan impulse buying tidak hanya untuk generasi Z tetapi generasi lainnya mengingat target Shopee yang tidak terbatas umur, para seller Shopee juga dapat membantu meningkatkan karakteristik produk dengan lebih berinovasi mengenai produk yang akan dijual dan *sales promotion* pada Shopee dapat lebih ditingkatkan lagi dengan memberikan jangka waktu yang pendek saat *sales promotion* diadakan agar konsumen lebih terdorong untuk melakukan impulse buying. Selain itu masih memerlukan penelitian lanjutan mengenai variabel bebas diluar karakteristik produk dan sales promotion, sehingga kemungkinan besar terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi impulse buying yang terjadi di Shopee.

Kata Kunci : Karakteristik Produk, Sales Promotion, Impulse Buying

## ABSTRACT

*In this era of globalization, the development of technology and information is growing rapidly. One of them is the use of the internet which is a liaison between humans in communicating, getting entertainment and exchanging information. The internet also helps humans to carry out their daily activities online, one of which is shopping using e-commerce. With the emergence and development of e-commerce in Indonesia, consumer behavior has also changed, from those who shop conventionally or go to stores directly now starting to switch to shopping online, one of the e-commerce that is often used in Indonesia is Shopee. The purpose of this study was to determine the effect of product characteristics and sales promotion on impulse buying in Generation Z on Shopee users. Collecting data using questionnaires and literature study. This study uses quantitative analysis using validity, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, simple and multiple linear regression, t test, and F test which are processed using SPSS 25.0. This study shows that product characteristics and sales promotion have an influence on impulse buying either partially or simultaneously. Suggestions that can be given by Shopee authors can pay attention to product characteristics that can encourage consumers to make impulse buying not only for generation Z but for other generations considering that Shopee's target is not limited by age, Shopee sellers can also help improve product characteristics by being more innovative about products that are available. will be sold and sales promotion at Shopee can be further improved by providing a short period of time when the sales promotion is held so that consumers are more motivated to make impulse buying. In addition, further research is still needed on independent variables outside of product characteristics and sales promotion, so it is likely that there are other variables that can affect impulse buying that occurs at Shopee*

**Keywords:** Product Characteristics, Sales Promotion, Impulse Buying

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allh SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul “**Pengaruh Karakteristik Produk dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying pada Generasi Z (Studi Pengguna Shopee)**” ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang memberikan kesempatan kepada saya untuk menyusun skripsi
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Strata 1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang juga selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Apriatni E.P., M.Si. selaku dosen penguji
5. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.



7. Seluruh responden atas ketersediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu

Apabila dalam penyusunan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 5 Juli 2022

Pembuat Pernyataan



Aprilia Dewi Ratnasari

NIM. 14030118120013

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	2
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	3
<b>MOTTO</b> .....	4
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	5
<b>ABSTRAK</b> .....	6
<b>ABSTRACT</b> .....	7
<b>DAFTAR ISI</b> .....	10
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	13
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	14
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang .....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Kegunaan Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Bagi Akademis.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Bagi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.2
1.4.3 Bagi pihak lain .....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kerangka Teori .....	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Perilaku Konsumen .....	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Karakteristik Produk .....	Error! Bookmark not defined.
1.5.4 Sales Promotion .....	Error! Bookmark not defined.
1.5.5 Impulse Buying .....	Error! Bookmark not defined.
1.5.6.1 Karakteristik Generasi Z .....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Pengaruh Antarvariabel Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.6.1 Pengaruh Karakteristik Produk Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	Error! Bookmark not defined.
1.6.2 Pengaruh Sales Promotion Terhadap Impulse Buying .....	Error! Bookmark not defined.4
1.6.3 Pengaruh Karakteristik Produk Dan <i>Sales Promotion</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	Error! Bookmark not defined.
1.7 Penelitian Terdahulu .....	Error! Bookmark not defined.

1.8 Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
1.9 Definisi Konseptual .....	Error! Bookmark not defined.
1.9.1 Karakteristik Produk .....	Error! Bookmark not defined.
1.9.2 Sales Promotion .....	41Error! Bookmark not defined.
1.9.3 Impulse Buying .....	Error! Bookmark not defined.
1.10 Definisi Operasional .....	Error! Bookmark not defined.
1.10.1 Karakteristik Produk .....	Error! Bookmark not defined.
1.10.2 Sales Promotion .....	Error! Bookmark not defined.
1.10.3 Impulse Buying .....	Error! Bookmark not defined.
1.11 Metodologi Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.11.1 Tipe Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.11.2 Populasi dan Sampel .....	Error! Bookmark not defined.
1.11.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1.11.4 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.11.5 Skala Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
1.11.6 Teknik pengumpulan data .....	Error! Bookmark not defined.
1.11.7 Teknik Pengelolaan Data .....	Error! Bookmark not defined.
1.11.8 Instumen .....	Error! Bookmark not defined.
1.11.9 Teknik Analisis .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB II GAMBARAN UMUM SHOPEE DAN IDENTITAS RESPONDEN.....</b>	Error! Bookmark not defined.
2.1 Sejarah Perusahaan .....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Logo Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Visi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Misi Perusahaan .....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Tujuan, Posisi, dan Kepribadian Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Tujuan Perusahaan .....	61Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Posisi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 Kepribadian Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Nilai Perusahaan .....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Struktur Organisasi .....	Error! Bookmark not defined.

2.7 Produk dan Fitur Layanan Shopee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7.1 Produk yang Tersedia di Shopee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7.2 Layanan yang tersedia di Shopee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.8 Lokasi dan Kontak Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.8.1 Lokasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.8.2 Kontak Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9 Identitas Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.1 Responden Berdasarkan Usia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.3 Responden Berdasarkan Domisili .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Tiap Bulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Meng-akses Shopee Dalam Satu Bulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Tanpa Direncanakan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>76Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.2 Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Analisis dan Hasil Interpretasi Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1 Karakteristik Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2 Sales Promotion .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.3 Impulse Buying.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1 Pengaruh Karakteristik Produk Terhadap Impulse Buying .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2 Pengaruh Sales Promotion Terhadap Impulse Buying .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3 Pengaruh Karakteristik Produk dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.4 Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**DAFTAR PUSTAKA**..... Error! Bookmark not defined.

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Proses Keputusan Pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 2 Model Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Shopee Indonesia..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 3 Contoh Kategori Produk di Shopee ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 1 Hasil Uji T-Test Karakteristik Produk Terhadap Impulse Buying .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 2 Hasil Uji T-Test Sales Promotion Terhadap Impulse Buying ... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 3 Uji F-Test Karakteristik Produk dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying .....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Internet Growth Rankings</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 1. 2 Rekapitulasi Website Performance 20 Platform E-Commerce ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 1. 3 Top Brand Index “Situs Jual Beli Online” 2020.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 1 Usia Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 3 Asal Domisili Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 5 Pendapatan Rata-rata Tiap Bulan Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 6 Frekuensi Meng-akses Shopee Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 7 Frekuensi Membeli Tanpa Direncanakan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Karakteristik Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas <i>Sales Promotion</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 5 Saya membeli produk di Shopee karena produk yang dijual tahan lama ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 6 Saya membeli produk di Shopee karena produknya tidak mudah rusak.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 7 Produk yang saya beli dari Shopee memberikan manfaat yang positif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 8 Shopee menjual beragam produk dengan jenis yang lengkap .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 9 Produk yang saya beli di Shopee dapat berfungsi dengan sangat baik ...26	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 10 Kualitas produk yang dijual di Shopee sangat baik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 11 Shopee menawarkan beragam produk bermerk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 12 Shopee menjual produk-produk yang sedang trend.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 13 Rekapitulasi Variabel Karakteristik Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 14 Kategorisasi Variabel Karakteristik Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 16 Menurut saudara/i bagaimana kualitas sales promotion yang dilakukan oleh Shopee? 35	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Tabel 3. 17 Apakah saudara/i tertarik dengan sales promotion yang dilakukan Shopee?.. **Error! Bookmark not defined.**8

Tabel 3. 18 Menurut saudara/i bagaimana frekuensi Shopee untuk melakukan sales promotion? .....**Error! Bookmark not defined.**39

Tabel 3. 19 Menurut saudara/i, apakah Shopee melakukan sales promotion yang beragam?.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 20 Bagaimana jangka waktu sales promotion yang Shopee lakukan? .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 21 Menurut saudara/i, apakah sales promotion yang dilakukan Shopee sesuai dengan moment yang ada? (hari raya, liga olahraga, dll ..... **Error! Bookmark not defined.**42

Tabel 3. 22 Apakah saudara/i merasa sales promotion yang dilakukan oleh Shopee sudah tepat sasaran? ..... **Error! Bookmark not defined.**43

Tabel 3. 23 Rekapitulasi Variabel Sales Promotion ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 24 Kategorisasi Variabel Sales Promotion ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 25 Pada saat saya tertarik dengan suatu produk, maka saya akan membelinya tanpa berpikir panjang ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 26 Saya tidak ingin mensia-siakan kesempatan yang ada ketika membeli produk .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 27 Saya sudah membayangkan kegunaan produk tersebut ketika digunakan nantinya .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 28 Saya membeli produk ketika sedang merasa sedih atau kecewa **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 29 Saya membeli produk untuk hadiah pada diri sendiri (self reward).....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 30 Saya tidak perlu berpikir ulang untuk membeli sebuah produk . **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 31 Saya tidak memikirkan dahulu mengenai akibat dari membeli produk ....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 32 Ketika membeli produk, saya tidak memikirkan kegunaan jangka panjangnya .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 33 Rekapitulasi Variabel Impulse Buying ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 34 Kategorisasi Variabel Sales Promotion ..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	143	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3 Identitas Responden .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4 Data Kuesioner .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 5 Data Induk .....	167	<b>Error! Bookmark not defined.</b>