

SKRIPSI

**PENGARUH *POINT OF PURCHASE*, DISKON HARGA DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK
DI TOKO NICE SO CABANG MANUKAN SURABAYA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

NANDA HENING PRATIWI
21420098

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *POINT OF PURCHASE*, DISKON HARGA DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK DI
TOKO NICE SO CABANG MANUKAN SURABAYA**

Diajukan Oleh :

NANDA HENING PRATIWI
21420098

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING


Maqbula Arochman, SE., M.Ak.

Tanggal, 1 Agustus 2025

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Tanggal, 4 Agustus 2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *POINT OF PURCHASE*, DISKON HARGA DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK DI
TOKO NICE SO CABANG MANUKAN SURABAYA**

Diajukan Oleh :

NANDA HENING PRATIWI
21420098

Susunan Dewan Penguji :

DOSEN PEMBIMBING



Maqbula Arochman, SE., M.Ak.

KETUA DEWAN PENGUJI



Matheous Tamonsang, SE., M.Si.

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Dewi Nuraini, SE., M.SM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 4 Agustus 2025



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.
Ketua Program Studi Manajemen

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.

Surabaya, 24 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



NANDA HENING PRATIWI
21420098

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, taufik dan hidayah-Nya yang diberikan selama ini kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berbentuk skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Point Of Purchase, Diskon Harga Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Pembelian Produk Di Toko Nice So Cabang Manukan Surabaya”** Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tulus atas semua bimbingan dan bantuan serta kesempatan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL (K), FICS. Selaku rektor yang telah berjasa dan memberikan kontribusi yang terbaik terhadap Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena dedikasi dan pengabdianya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Maqbula Arochman, SE., M.Ak. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyusunan skripsi.

4. Ibu Atty Erdiana, SE,. M.Ak. selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
6. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan Kusuma.
7. Untuk Ayah dan Ibu aku ucapkan terima kasih karena selalu berjuang untuk kehidupan penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Terima kasih untuk diri saya sendiri yang sudah bertahan sejauh ini serta tetap memilih berusaha walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba.
9. Sahabat - sahabat penulis, Farah dan Dara, yang senantiasa membantu, memberi semangat, dorongan, serta masukan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
10. Untuk teman saya grup Atlet Celometan terima kasih atas dukungan, bantuan dan support kalian yang telah banyak membantu memberikan pemikiran dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi.
11. Kepada seseorang yang belum bisa penulis tulis dengan jelas namanya disini. Terimakasih untuk pata hati yang diberikan saat proses menyusun tugas akhir

ini, kini seseorang itu kembali untuk memperbaiki semuanya dan memberikan dukungan selama proses bimbingan dan revisi. Semoga niat untuk menjadi pribadi yang lebih baik dapat terus dijaga, karena penulis percaya setiap orang memiliki kesempatan untuk berubah.

12. Terima kasih untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dan seluruh responden yang sudah meluangkan waktu untuk membantu mengisi kuisioner

Demikian penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan kepada saya. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, dan semua pihak.

Surabaya, 24 Juli 2025



Nanda Hening Pratiwi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana *Point Of Purchase*, Diskon Harga, Kesadaran Merek memengaruhi Minat Pembelian Produk Di Toko Nice So Cabang Manukan Surabaya. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*, dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan pendekatan kuantitatif dan memiliki kriteria yang berusia minimal 17 tahun, yang mengetahui tentang Toko Nice So Cabang Manukan Surabaya, dan mereka yang berminat melakukan pembelian produk di Toko Nice Cabang Manukan. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel *point of purchase*, diskon harga, dan kesadaran merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian. Artinya, Semakin menarik penataan produk, display, serta suasana toko, semakin tinggi juga minat mereka untuk membeli. Selain itu, potongan harga yang ditawarkan mampu mendorong ketertarikan mereka untuk membeli produk. Dan kesadaran merek merupakan variabel yang dominan, sehingga semakin tinggi kesadaran konsumen terhadap merek Nice So, semakin besar pula keinginannya untuk membeli produk. Penelitian ini juga memberikan masukan penting bagi pelaku usaha Nice So Cabang Manukan Surabaya dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata kunci: *Point Of Purchase*, Diskon Harga, Kesadaran Merek, Minat Pembelian

ABSTRACT

This study aims to understand how Point of Purchase, Price Discounts, and Brand Awareness influence Purchase Intention of Products at Nice So Store, Manukan Branch, Surabaya. The sample size was determined using a non-probability sampling method, specifically purposive sampling. A total of 100 respondents were selected using a quantitative approach, with criteria including individuals aged at least 17 years, those who are aware of the Nice So Store Manukan Branch, and those who show an interest in purchasing products from the store. The analysis results show that all three variables point of purchase, price discounts, and brand awareness have a significant influence on purchase intention. This means that the more attractive the product arrangement, displays, and store ambiance, the higher the consumers' intention to purchase. Additionally, the offered price discounts encourage consumers' interest in buying products. Among these variables, brand awareness is the most dominant; the higher the consumers' awareness of the Nice So brand, the greater their intention to purchase the products. This study also provides valuable insights for business actors at Nice So Manukan Branch, Surabaya, in developing more effective marketing strategies.

Keywords: *Point Of Purchase, Price Discount, Brand Awareness, Purchase Intention*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Skripsi/Tesis	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.3 <i>Point of Purchase</i>	15
2.1.3.1 Pengertian Point of Purchase.....	15
2.1.3.2 Fungsi Point of Purchase.....	15
2.1.3.3 Indikator Point of Purchase	17
2.1.4 Diskon Harga	17
2.1.4.1 Pengertian Diskon Harga	17
2.1.4.2 Tujuan Diskon Harga.....	18
2.1.4.3 Indikator Diskon Harga.....	18
2.1.5 Kesadaran Merek.....	19
2.1.5.1 Pengertian Kesadaran Merek.....	19

2.1.5.2 Aspek-Aspek Dalam Kesadaran Merek	20
2.1.5.3 Tingkatan Kesadaran Merek.....	20
2.1.5.4 Indikator Kesadaran Merek.....	21
2.1.6 Minat Pembelian	22
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	23
2.3 Pengembangan Hipotesis	27
2.3.1 Pengaruh <i>Point Of Purchase</i> terhadap Minat Pembelian.....	27
2.3.2 Pengaruh Diskon Harga terhadap Minat Pembelian.....	28
2.3.3 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Pembelian	29
2.4 Kerangka Konseptual.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 Identifikasi Variabel	34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.4.1 Definisi Operasional	34
3.4.1.1 <i>Point Of Purchase</i>	35
3.4.1.2 Diskon Harga	35
3.4.1.3 Kesadaran Merek.....	35
3.4.1.4 Minat Pembelian.....	36
3.4.2 Pengukuran Variabel	36
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	37
3.5.1 Jenis Data	37
3.5.2 Sumber Data.....	38
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	38
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1 Uji Instrumen.....	40
3.7.1.1 Uji Validitas	40
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.7.2 Statistik Deskriptif.....	41

3.7.3	Pengujian Asumsi-Asumsi Model Regresi.....	41
3.7.3.1	Uji Normalitas	41
3.7.3.2	Uji Heteroskedastisitas	42
3.7.3.3	Uji Multikolinearitas	43
3.7.4	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	43
3.7.5	Uji Hipotesis.....	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Gambaran Objek Penelitian	46
4.1.1	Sejarah Toko Nice So	46
4.1.2	Visi dan Misi Toko Nice So	48
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.2.1	Karakteristik Responden.....	49
4.2.1.1	Jawaban Responden Menurut Usia.....	50
4.2.1.2	Jawaban Responden Menurut Jenis Kelamin	50
4.2.1.3	Jawaban Responden Menurut Pekerjaan.....	51
4.3	Hasil Uji Instrumen.....	51
4.3.1	Hasil Uji Validitas.	51
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	53
4.4	Statistik Deskriptif.....	53
4.4.1	Deskripsi Jawaban Variabel Point Of Purchase (X1)	55
4.4.2	Deskripsi Jawaban Variabel Diskon Harga (X2).....	56
4.4.3	Deskripsi Jawaban Variabel Kesadaran Merk (X3).....	57
4.4.4	Deskripsi Jawaban Variabel Minat Beli (Y).....	58
4.5	Hasil Pengujian Asumsi-Asumsi Model Regresi.....	59
4.5.1	Uji Normalitas	59
4.5.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.5.3	Uji Multikolinearitas.....	61
4.6	Analisis Regresi Berganda	62
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	64

4.7.1	Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	64
4.8	Pembahasan.....	68
4.8.1	Pengaruh <i>Point Of Purchase</i> terhadap Minat Pembelian.....	68
4.8.2	Pengaruh Diskon Harga terhadap Minat Pembelian.....	70
4.8.3	Pengaruh Kesadaran Merk terhadap Minat Pembelian.....	71
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....		74
5.1	Simpulan	74
5.2	Saran.....	75
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....		81
LAMPIRAN II DATA TABULASI & OUTPUT SPSS.....		89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Logo Nice So	46
Gambar 4.2 Social Media Nice So	47
Gambar 4.3 Marketplace Nice So	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 3.1 Skor Penilaian Berdasarkan <i>Skala Likert</i>	37
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Point Of Purchase	55
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Diskon Harga	56
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Kesadaran Merk.....	57
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Minat Beli	58
Tabel 4.10 Uji Normalitas	59
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.13 Analisis Regresi Berganda.....	63
Tabel 4.15 Uji T	65

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN	81
LAMPIRAN II DATA TABULASI & OUTPUT SPSS	89