

**PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA MEREK DAN TAMPILAN
DALAM TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK
TERENCANA PADA MATAHARI DEPARTEMENT STORE PAKUWON
TRADE CENTER DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

REGITA CAHYANI

NPM : 15420089

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2019**

SKRIPSI

**PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA MEREK DAN
TAMPILAN DALAM TOKO TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA MATAHARI
DEPARTEMENT STORE PTC DI SURABAYA**

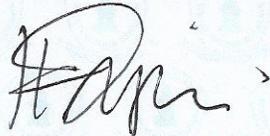
Diajukan Oleh :

REGITA CAHYANI

NPM : 15420089

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



KRISTININGSIH, SE, M.Si

Tanggal, ..19-12-2018.....

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si

Tanggal, ..19-12-2018.....

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : REGITA CAHYANI

NPM : 15420089

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul **“Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek dan Tampilan Dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Pada Matahari Departement Store PTC Di Surabaya”** adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau tugas akhir orang lain. Apabila kemudian pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Desember 2018

Yang menyatakan,



REGITA CAHYANI
NPM : 15420089

SKRIPSI

**PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA MEREK DAN TAMPILAN
DALAM TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK
TERENCANA PADA MATAHARI DEPARTEMENT STORE PAKUWON
TRADE CENTER DI SURABAYA**

Diajukan Oleh:

REGITA CAHYANI

NPM : 15420089

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

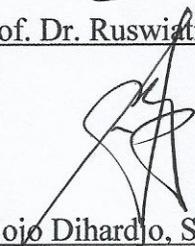


Kristiningsih, S.E, M.Si.

Anggota Dewan Penguji Lain



Prof. Dr. Ruswiti Suryasaputra, M.S.



Djojo Dihadjo, S.E, M.M, M.Ak.

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen
Tanggal, 14 - 02 - 2019**



**Dr. Siti Djamilah, S.E, M.Si.
Ketua Program Studi**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah S.W.T yang telah memberikan berkat, rahmat dan karuniaNYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek dan Tampilan Dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Pada Matahari Departement Store PTC Di Surabaya”** yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi program studi manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS).

Pada kesempatan yang berharga ini, tidak lupa saya menyampaikan rasa terima kasih yang tulus tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. dr Sri Harmadji, Sp. THT-KL (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, MM., Ak., CA selaku Dekan Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS).
3. Ibu Siti Djamilah, SE, M.Si selaku ketua jurusan ekonomi dan bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS).
4. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE, MM. selaku Dosen Wali yang selalu mengarahkan dan membimbing saya selama melakukan perkuliahan.
5. Ibu Kristiningsih, SE, M.Si. yang bersedia membimbing dalam mengerjakan skripsi sebagai syarat kelulusan.
6. Bapak dan Ibu dosen ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS) yang telah banyak membantu selama mengikuti kuliah.

7. Bapak dan Ibu (Rasmidi dan Hartini) selaku orang tua yang selalu memberikan doa, omelan, dukungan dan arahnya sehingga terselesaikannya skripsi ini.
8. R. Firrizky Putra Dharmawan, Nurmin Singga, Eva Mey Rosyidah, Tita Ajeng Novianti dan Niluh Eva Sintya Dewi selaku teman dan sahabat yang selalu memberikan do'a dan dukungannya.
9. Teman-teman di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS) khususnya di manajemen B angkatan 2015 yang selalu memberikan dukungannya juga.

Dengan kerendahan hati menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu mohon kritik dan saran yang membangun demi perbaikan selanjutnya, terima kasih.

Surabaya, 19 Desember 2019

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Surat Persetujuan	ii
Halaman Surat Pernyataan Bebas Plagiat	iii
Halaman Susunan Dewan Penguji	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Lampiran	ix
Abstraksi	x
<i>Abstraction</i>	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Perilaku konsumen.....	11
2.1.3.1 Fator-faktor yang mempengaruhi perilaku Konsumen.....	11
2.1.3.2 Model Perilaku Konsumen.....	13
2.1.4 Potongan Harga	14
2.1.4.1 Tujuan Potongan Harga	14
2.1.4.2 Jenis-jenis Potongan Harga	14
2.1.4.3 IndikatorPotongan Harga	16
2.1.5 Citra Merek	16
2.1.5.1 Manfaat Citra Merek	16
2.1.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi citra merek	17
2.1.5.3 Indikator Citra Merek	18
2.1.6 TampilandalamToko	18
2.1.6.1 Jenis-jenisTampilan Dalam Toko	19
2.1.6.2 Elemen-elemenTampilan Dalam Toko	19
2.1.6.3 Indikator Tampilan Dalam Toko	20
2.1.7 Keputusan Pembelian Tidak Terencana	21
2.1.7.1 Tiga Tipe Pembelian Tidak Terencana	21
2.1.7.2 Faktor Penentu Pembelian Impulsif	22
2.1.8 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.1.8.1 Pengaruh Potongan Harga	

Terhadap Pembelian Tidak Terencana	24
2.1.8.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Pembelian Tidak Terencana	24
2.1.8.3 Pengaruh Tampilan dalam Toko Terhadap Pembelian Tidak Terencana.....	25
2.2 Penelitian Sebelumnya	26
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	27
2.3.1 Hipotesis	27
2.3.2 Model Analisis	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Identifikasi Variabel.....	31
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5 Jenis dan Sumber Data	36
3.5.1 Jenis Penelitian	36
3.5.2 Sumber Data	36
3.6 Metode Pengumpulan Data	37
3.7 Teknik Analisis Data	38
3.7.1 Uji Kualitas Data	38
3.7.2 Uji Model	39
3.7.2.1 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.7.2.2 Koefisien Determinasi Berganda	40
3.8 Pengujian Hipotesis	40
3.8.1 Uji Hipotesis Simultan(Uji F)	40
3.8.2. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	42
3.8.3 Uji Dominan (<i>Standardized Coefficient Beta</i>)	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	46
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	46
4.2.2 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian	49
4.3 Hasil Analisis Data	54
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas	54
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	56
4.3.3 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	57
4.3.3.1 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linier Berganda	57
4.3.3.2 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	59
4.3.3.3 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	60
4.3.3.4 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	61

4.3.3.5 Hasil Pengujian Hipotesa Dominan	65
4.4 Pembahasan.....	65

BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	69
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan dengan peneliti sebelumnya.....	26
Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Karakteristik Usia	37
Tabel 4.3	Karakteristik Pekerjaan	48
Tabel 4.4	Karakteristik Penghasilan/Uang Saku	49
Tabel 4.5	Kategori Mean Masing-masing Variabel.....	50
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Potongan Harga.....	51
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Citra Merek.....	52
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Tampilan Dalam Toko.....	53
Tabel 4.9	Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian Tidak Terencana.....	54
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Masing-masing Variabel.....	55
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Reliabilitas	56
Tabel 4.12	Hasil Analisis Uji F.....	59
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi Berganda.....	60
Tabel 4.14	Hasil Analisis Uji t	62
Tabel 4.15	Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	13
Gambar 2.2	Model Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.2	Kurva Distribusi Uji F	42
Gambar 3.2	Kurva Distribusi Uji t	43
Gambar 4.1	Kurva Distribusi Uji F	60
Gambar 4.2	Kurva Distribusi t Pengaruh Potongan Harga (X_1)	62
Gambar 4.3	Kurva Distribusi t Pengaruh Citra Merek (X_2)	63
Gambar 4.4	Kurva Distribusi t Pengaruh tampilan Dalam Toko (X_3)	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Data Input SPSS

Lampiran III Data Output SPSS

ABSTRAKSI

Penelitian ini meneliti, “Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek dan Tampilan Dalam Toko Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana pada Matahari Departement Store Di Surabaya”. Penulis menggunakan Matahari Departement Store PTC Di Surabaya sebagai objek penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Potongan Harga, Citra Merek dan Tampilan Dalam Toko terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana pada Matahari Departement Store PTC Di Surabaya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Potongan Harga, Citra Merek dan Tampilan Dalam Toko sedangkan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian Tidak Terencana pada Matahari Departement Store Di Surabaya. Dalam penelitian ini, penentuan dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 80 orang dengan kriteria responden pernah melakukan pembelian pada Matahari Departement Store Di Surabaya, pembelian tidak terencana sebelumnya pada Matahari Departement Store PTC Di Surabaya dan usia minimal 17 tahun.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh kesimpulan bahwa variabel bebas Potongan Harga, Citra Merek dan Tampilan Dalam Toko mempunyai pengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian tidak terencana pada Matahari Departement Store Di Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun parsial variabel potongan harga, citra merek dan tampilan dalam toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian tidak terencana pada Matahari Departement Store PTC Di Surabaya, dan untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain selain variabel potongan harga, citra merek dan tampilan dalam toko yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian tidak terencana.

Kata Kunci : Potongan Harga, Citra Merek, Tampilan Dalam Toko dan Keputusan Pembelian Tidak Terencana.

ABSTRACTION

This study examined, "Influence Price Discount, Brand Image and In-store Display on Impulse Buying Decisions at the Matahari Department Store in Surabaya". The author uses the Matahari Department Store PTC in Surabaya as a research object.

The purpose of this study was to determine the effect of Price Discounts, Brand Image and In-Store Display to Impulse Buying at the Matahari Department Store PTC in Surabaya. The independent variable in this study were Price Discounts, Brand Image and In-store Display the dependent variable is the Impulse Buying at the Matahari Department Store in Surabaya. In this study, sampling was conducted by non probability sampling with purposive sampling procedure. The sample are 80 people with the criteria that respondents had made a purchase at Matahari Department Store in Surabaya, a previous impulse buying at Matahari Department Store PTC in Surabaya and a minimum age of 17 years.

Based on the analysis, it could be concluded that the independent variables Price Discount, Brand Image and In-store Display have influence either simultaneously and partial influence on impluse buying at the Matahari Department Store in Surabaya.

Based on the results of the study show that either simultaneously or partial variable price discount, brand image and in-store display effect on impulse buying at Matahari Department Store PTC in Surabaya and for further studies, should examine other factors beside price discount, brand image and in-store display that could be expected to affect the impulse buying.

Keywords: Price Discounts, Brand Image, In-store Display and Impulse Buying.