

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *BABY SHOP* DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Baby Shop ESBE

Disusun Oleh :

LUTFI ADAM YOGA PAMUNGKAS

B100 136 005

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN


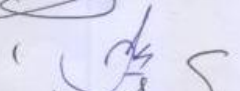
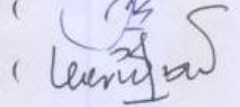
ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *BABY SHOP* DI SURKARTA

Yang ditulis dan disusun oleh

(LUTFI ADAM YOGA PAMUNGKAS)
B100 136 005

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Selasa, 12 November 2019
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Dewan Penguji

1. **Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D**
(Ketua)
2. **Jati Waskito, SE., M.Si**
(Sekertaris)
3. **Dra. wuryaningsih DL., M.M**
(Anggota)

)
()
()

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Samsudin, M.M)
NIDN. 0017025710

HALAMAN PENGESAHAN


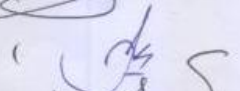
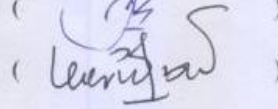
ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *BABY SHOP* DI SURKARTA

Yang ditulis dan disusun oleh

(LUTFI ADAM YOGA PAMUNGKAS)
B100 136 005

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Selasa, 12 November 2019
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Dewan Penguji

1. **Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D**
(Ketua)
2. **Jati Waskito, SE., M.Si**
(Sekertaris)
3. **Dra. wuryaningsih DL., M.M**
(Anggota)

()
()
()

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Samsudin, M.M)
NIDN. 0017025710



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : LUTFI ADAM YOGA PAMUNGKAS
NIRM : B100136005
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BABY SHOP
DI SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 12 November 2019

Yang membuat pernyataan,

(Lutfi Adam Yoga Pamungkas)

MOTTO

“Dan orang-orang yang diberi ilmu berpendapat bahwa (wahyu) yang diturunkan kepadamu (Muhammad) dari Tuhanmu itulah yang benar dan memberi petunjuk (bagi manusia) kepada jalan (Allah) Yang Maha Perkasa lagi Maha Terpuji”

(QS Saba’: 6)

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi Ilmu Pengetahuan beberapa derajat”

(QS. Al Maidah : 11)

“Barang siapa yang menempuh suatu jalan menuntut ilmu pengetahuan, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju Surga”

(H. R. Muslim)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini sebagai ungkapan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna. Serta memberikan seluruh kenikmatan dalam hidup. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan dan manfaat yang besar bagi kita semua.
2. Nabi Muhammad SAW, semoga sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada beliau, keluarga beserta para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.
3. Dosen pembimbing skripsi saya Bapak Kussudyarsana, SE,M.Si., Ph.D terimakasih banyak atas nasihat serta bimbingannya selama ini.
4. Orang tua saya yang telah membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, semangat, motivasi dan perjuangan yang sangat besar dan luar biasa sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan saya di Baby Shop ESBE ini.
5. Teman-teman di FEB Manajemen

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan anugrah-Nya sebagai balasan atas bantuan dan amal baik Bapak/ibu/saudara semua. Akhirnya penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja serta jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan penulisan-penulisan dikemudian hari.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Surakarta, 1 Oktober 2019

(Lutfi Adam Yoga Pamungkas)

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh Promosi Penjualan, *Personal selling* dan periklanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Baby Shop ESBE.

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kuantitatif yang menggunakan data berbentuk angka. Populasi dari penelitian ini adalah 110 konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 Konsumen dengan teknik pengambilan sampel metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan adalah (1) uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), (2) Uji Asumsi Klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas) dan (3) Uji Hipotesis (analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t menunjukkan bahwa (1) Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Baby Shop ESBE. (2) *Personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Baby Shop ESBE. (3) Periklanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Baby Shop ESBE.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, *Personal selling*, Periklanan dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of Sales Promotion, Personal selling and advertising on purchasing decisions on ESBE Baby Shop consumers.

This research method uses a quantitative approach that uses numerical data. The population of this study was 110 consumers. The sample used in this study were 100 consumers with a purposive sampling method. Data analysis techniques using are (1) instrument test (validity and reliability test), (2) Classical Assumption Test (normality, multicollinearity, heteroscedasticity) and (3) Hypothesis Test (multiple linear regression analysis, t test, F test and R²).

The results showed that the t test showed that (1) Sales Promotion had a significant effect on consumer purchasing decisions of Baby Shop ESBE. (2) Personal selling has a significant effect on purchasing decisions on ESBE Baby Shop consumers. (3) Advertising has a significant effect on purchasing decisions on ESBE Baby Shop consumers.

Keywords: Sales Promotion, Personal selling, Advertising and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhamamd SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, serta para pengikutnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *BABY SHOP* DI SURAKARTA”**.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa adanya bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu melaksanakan skripsi ini dengan baik, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Jati Waskito, SE., M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam studi penulis.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya jurusan manajemen yang rela membimbing dan menularkan ilmu-ilmunya kepada konsumen serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi konsumen.

6. Bapak dan ibu yang selalu memberikan kasih sayangnya yang tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu telah turut serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang penulis miliki. Oleh sebab itu, kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat kami apresiasi untuk perbaikan pada masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Surakarta, Oktober 2019

Penulis

(Lutfi Adam Yoga Pamungkas)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pembatasan Masalah	6
C. Perumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Pengembangan Hipotesis	27

	D. Kerangka Pemikiran	29
BAB III	METODE PENELITIAN	29
	A. Ruang Lingkup Penelitian	31
	B. Jenis dan sumber data	31
	C. Teknik Pengambilan Sample.....	32
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
	E. Uji Instrumen	35
	F. Teknik Analisis Data	37
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
	A. Analisis Deskripsi	43
	B. Analisis Data	45
	C. Pembahasan.....	59
BAB V	PENUTUP	62
	A. Kesimpulan	62
	B. Keterbatasan Penelitian	63
	C. Saran.....	64
	D. Implikasi Manajerial	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Konsumen Baby Shop ESBE Bulan Januari s/d Desember 2016.....	5
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel IV.4	Rangkuman validitas instrumen Promosi Penjualan (X1)	46
Tabel IV.5	Rangkuman Validitas Instrumen Personal Selling (X2)	47
Tabel IV.6	Rangkuman Validitas Instrumen Periklanan (X3)	47
Tabel IV.7	Rangkuman Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y) ..	48
Tabel IV.8	Hasil Reliabilitas	48
Tabel IV.9	Hasil Pengujian Normalitas	49
Tabel IV.10	Hasil Pengujian Multikolinieritas	50
Tabel IV.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel IV.12	Rekapitulasi Regresi Linier Berganda	52
Tabel IV.13	Uji t	53
Tabel IV.14	Uji F	55
Tabel IV.15	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	30
------------------------------------	----