

**ANALISIS PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *BONUS PACK*,
IN-STORE DISPLAY, DAN *COSTUMER SATISFICATION*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Superindo Kartasura)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

M NANANG WAHYU A
B100150070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH PRICE DISCOUNT, BONUS PACK, IN-STORE DISPLAY DAN COSTUMER SATISFICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Oleh:

M NANANG WAHYU A

B100150070

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

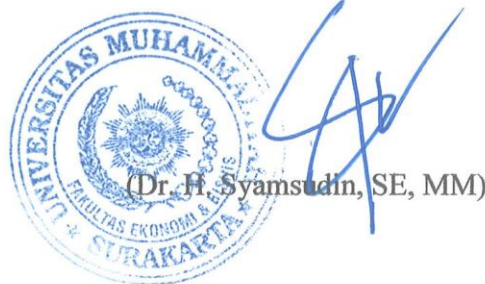
Surakarta, 2 Desember 2019

Pembimbing Utama

(Ir. Irmawati. S.E., M.si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, SE, MM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **M NANANG WAHYU A**
NIM : **B 100 150 070**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH *PRICE DISCOUNT, BONUS PACK, IN-STORE DISPLAY, DAN COSTUMER SATISFICATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

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 hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Desember 2019
Yang membuat pernyataan,

(M NANANG WAHYU A)

MOTTO

“Di saat yang lain memandang arah yang sama aku untuk memilih sudut pandang yang berbeda .”

(M Nanang Wahyu A)

“Tujuan pendidikan itu untuk mempertajam kecerdasan, memperkukuh kemauan serta memperhalus perasaan.”

(Tan Malaka)

“Bila rakyat tidak berani mengeluh itu artinya sudah gawat, dan omongan penguasa tidak boleh dibantah kebenarannya pasti terancam.”

(Wiji Thukul)

“Keberanian yang membuat kalian akan tahan dalam situasi apapun, Nyali sama harganya dengan nyawa. Jika itu hilang, Niscaya tak ada gunanya kau hidup.”

(Che Guevara)

PERSEMBAHAN

Dengan Menyebut Nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyanyang.

Karya ini dipersembahkan sebagai rasa syukur, sayang, hormat cinta dan baktiku serta rasa tanggung jawabku selama ini kepada:

Dengan penuh rasa syukur pada Allah SWT serta kerendahan hati, saya persembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap mahluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna.
2. Rosullulah SAW semoga sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Beliau Nabi Muhammad SAW.
3. Terima kasih kepada bapak dan ibuku atas segala kasih sayang dan bimbingan, serta perhatian yang tak pernah berhenti yang akan selalu terabadikan selama hidupku.
4. Terima kasih kepada kakaku tercinta yang telah memberikan doa dan semangat.
5. Sahabat dan teman-temanku yang selalu ada dan menemaniku selama ini, terima kasih atas dukungan kalian semua.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *price discount*, *bonus pack*, *in-store display* dan *costumer satification* terhadap keputusan pembelian pelanggan Superindo Kartasura. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Superindo Kartasura sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode pengambilan sampel non-probability sampling dengan teknik accidental sampling. Penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software SPSS*. Hasil penelitian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa *price discount*, *bonus pack*, *in-store display* dan *costumer satification* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa *price discount*, *bonus pack*, *in-store display* dan *costumer satification* mampu menjelaskan variabilitas keputusan pembelian.

Kata kunci: *price discount*, *bonus pack*, *in-store display* *costumer satification* dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aim to analyses influence of price discount, bonus pack, in-store display and costumer satification to the buying decision customer Superindo Kartasura. Population and sample of which is used in this research is customer Superindo Kartasura as much to 100 respondents by using sampling method of non-probability sampling with accidental sampling technique. The research method used multiple linear regression analyses by using SPSS software. Result of research partially and simultaneously indicates that price discount, bonus pack, in-store display and costumer satification have an effect on significant to the buying decision. Result of the examination coefficient of determinacy (R^2) indicating they are, price discount, bonus pack, in-store display and costumer satification can explain variability of the buying decision.

Keyword: price discount, bonus pack, in-store display, costumer satification and buying decision.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH *PRICE DISCOUNT, BONUS PACK, IN-STORE DISPLAY, DAN COSTUMER SATISFICATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka perampungan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Syamsudin, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE, Msi P.hd., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Ir. Irmawati. S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing,

mengarahkan dan membantu penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Terima kasih kepada kedua orangtua atas doa, nasihat, perhatian, memberikan semangat, serta kasih sayang yang besar dan tanpa batas waktu.
6. Buat sahabat-sahabatku dan orang-orang yang selalu menyemangatiku untuk mengerjakan skripsi ini, terima kasih atas persahabatannya.
7. Semua pihak membantu sehingga terciptanya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap adanya masukan, kritik maupun saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini juga bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 2 Desember 2019

Penulis

M Nanang Wahyu A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pemasaran	7
B. Komunikasi Pemasaran.....	7
C. Bauran Promosi.....	8
D. Price Discount (Potongan Harga)	11
E. Bonus Packs (Kemasan Tambahan).....	12
F. In-Store Display	13
G. Costumer Satisfication.....	15
H. Keputusan Pembelian	16
I. Penelitian Terdahulu	18

J. Kerangka Pemikiran.....	21
K. Hipotesis	21
1. Pengaruh Price Discount terhadap Keputusan Pembelian	22
2. Pengaruh Bonus Packs terhadap Keputusan Pembelian	22
3. Pengaruh In-Store Display terhadap Keputusan Pembelian	23
4. Pengaruh Costumer Satisfication terhadap Keputusan Pembelian	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
C. Jenis dan Sumber Data.....	27
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Definisi Operasional Variabel.....	28
F. Metode Analisis Data	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Deskripsi Objek Penelitian	36
B. Hasil Analisis Data	40
C. Pembahasan.....	50
1. Price Discount Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	50
2. Bonus Packs Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	51
3. In-Store Display Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4. Costumer Satisfication Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	54
5. Pengaruh Price Discount, Bonus Packs, In-Store Display dan Costumer Satisfication terhadap Keputusan Pembelian	56
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Keterbatasan Penelitian.....	59
C. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Umur	37
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Penghasilan per Bulan	38
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Barang yang Sering Dibeli	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	45
Tabel 4.13 Hasil Uji F	46
Tabel 4.14 Hasil Uji t	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	21
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER

LAMPIRAN 2 TABULASI DATA

LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

LAMPIRAN 4 UJI ASUMSI KLASIK

LAMPIRAN 5 UJI REGRESI LINIER BERGANDA

LAMPIRAN 6 TABEL R

LAMPIRAN 7 TABEL t

LAMPIRAN 8 TABEL F