

**SKRIPSI**

**ALLEN JONATHAN SAMPURNO**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA DISKON  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK NIKE DI  
*SPORTS STATION* TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



**FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**2010**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA DISKON  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK NIKE DI  
SPORTS STATION TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

**OLEH:**  
**ALLEN JONATHAN SAMPURNO**  
**3103007105**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
**2010**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA DISKON  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK NIKE DI  
*SPORTS STATION* TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**OLEH:**

**ALLEN JONATHAN SAMPURNO**

**3103007105**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

**Pembimbing I,**



**Drs. Ec. Yulius Koesworo., MM**

**Tanggal: 14 Desember 2010**

**Pembimbing II,**



**Hendro Susanto, SE.,MM**

**Tanggal: 14 Desember 2010**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini ditulis oleh: Allen Jonathan Sampurno NRP: 3103007105  
Telah diuji pada tanggal: 14 Januari 2011 dan dinyatakan lulus oleh:

Ketua Tim Penguji

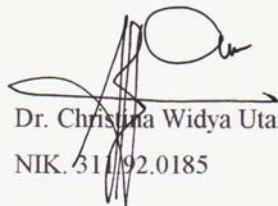


Drs. Ec. Trisno Musanto

Mengetahui

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Christina Widya Utami, MM  
NIK. 311.92.0185



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM  
NIK. 311.89.0152

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Allen Jonathan Sampurno  
NRP : 3103007105  
Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Diskon terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Nike di *Sports Station* Tunjungan Plaza Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library*) Perpustakaan Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Januari 2011



(Allen Jonathan Sampurno)

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat, karunia, cinta kasih, penyertaan, kekuatan dan semangat yang telah diberikan sehingga penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen fakultas bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis menemui banyak hambatan yang disebabkan oleh beberapa faktor, misalnya terbatasnya kemampuan dan pengalaman yang dimiliki penulis dalam menyusun sebuah skripsi serta terbatasnya waktu. Namun berkat bantuan, bimbingan, dorongan dan doa yang diberikan oleh orang tua, dosen pembimbing dan berbagai pihak, akhirnya penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dan penulis bersedia menerima kritik dan saran yang bermanfaat demi sempurnanya skripsi ini.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas perhatian, waktu, bimbingan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Dr. Christina Widya Utami, MM selaku dekan fakultas bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.
2. Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM selaku ketua jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya sekaligus dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, saran, waktu dan tenaga bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.

3. Hendro Susanto, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, saran, waktu, dan tenaga bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis hingga selesainya skripsi ini.
5. Petugas perpustakaan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis dalam meminjamkan literatur-literatur yang diperlukan penulis.
6. Responden yang telah berkenan mengisis kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
7. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan semangat, doa, dukungan dan perhatian dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata dengan segala keterbatasan, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga Tuhan membelas semua kebaikan yang diberikan dengan berkat yang melimpah. Amin.

Surabaya, Desember 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Praktis.....	6
1.4.2. Manfaat Akademis.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>9</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Deskripsi Teori.....	11
2.2.1.1. Citra Merek.....	11
2.2.1.2. Harga Diskon.....	13
2.2.1.3. Minat Beli.....	15
2.2.2. Kerangka Teori.....	16
2.2.2.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.....	17



2.2.2.2. Pengaruh Harga Diskon terhadap Minat Beli.....	18
2.2.2.3. Pengaruh Citra Merek dan harga Diskon terhadap Minat Beli.....	19
2.3. Model Penelitian.....	19
2.4. Hipotesis.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
3.1. Desain Penelitian.....	21
3.2. Identifikasi Penelitian.....	21
3.3. Definisi Oerasional Variabel.....	21
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	22
3.4.1. Jenis Data.....	22
3.4.2. Sumber Data.....	23
3.5. Pengukuran Variabel .....	23
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	23
3.6.1. Alat Pengumpulan Data.....	24
3.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	24
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.8. Analisis Data.....	25
3.8.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	25
3.8.2. Uji Normalitas Data.....	27
3.8.2. Uji Homogeni Varian.....	27
3.8.4. Analisis Regresi Logistik.....	27
3.9. Prosedur Pengujian Hipótesis.....	28
3.9.1. Uji Koefisien Regresi Logistik secara Parsial.....	28

3.9.2. Uji Koefisien Regresi Logistik	
Secara Simultan.....	28
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
4.1. Deskripsi Perusahaan.....	30
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
4.2.1. Uji Validitas.....	31
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	33
4.3. Uji Normalitas Data.....	34
4.4. Uji Homogenitas Varian.....	35
4.5. Karakteristik Reponden.....	37
4.5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan	
Jenis Kelamin.....	38
4.5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan	
Pendidikan Terakhir/yang Sedang Ditempuh...	38
4.5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.6. Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
4.6.1. Variabel Citra Merek.....	40
4.6.2. Variabel Harga Diskon.....	41
4.6.3. Variabel Minat Beli.....	42
4.7. Analisis Regresi Logistik.....	43
4.8. Pengujian Hipotesis.....	45
4.8.1. Uji Koefisien Regresi Logistik secara Parsial..	45
4.8.2. Uji Koefisien Regresi Logistik secara Simultan.	46
4.9. Pembahasan.....	47
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>50</b>
5.1. Simpulan.....	50
5.2. Saran.....	50

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini.....	10
4.1. Uji Validitas.....	32
4.2. Uji Reliabilitas.....	33
4.3. Uji Homogenitas Varian berdasarkan Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....	36
4.4. Uji Homogenitas Varian berdasarkan Variabel Harga Diskon ( $X_2$ ).....	37
4.5. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.6. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir/yang Sedang Ditempuh.....	38
4.7. Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	39
4.8. Derajat Penilaian Variabel.....	40
4.9. Nilai Rata-Rata Jawaban Variabel Citra Merek.....	40
4.10. Nilai Rata-Rata Jawaban Variabel Harga Diskon.....	41
4.11. Nilai Jawaban Responden untuk Variabel Minat Beli.....	42
4.12. Persamaan Regresi Logistik.....	43
4.13. Uji Kecocokan Model.....	44
4.14. Kecocokan Model.....	44
4.15. Uji Klasifikasi.....	45
4.16. Uji Koefisien Regresi Logistik Secara Parsial.....	46
4.17. Uji Koefisien Regresi Logistik Secara Simultan.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Pengisian Kuesioner
- Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Uji Normalitas Data
- Lampiran 5. Uji Homogenitas Varian
- Lampiran 6. Karakteristik Responden
- Lampiran 7. Nilai Jawaban Responden
- Lampiran 8. Analisis Regresi Logistik

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
2.1. Model Penelitian.....	20
4.1. Grafik Uji Normalitas.....	34

## ABSTRAKSI

Dalam era persaingan yang begitu ketat saat ini, banyak perusahaan yang saling berlomba untuk menarik konsumen. Beragam cara dilakukan oleh perusahaan untuk dapat menarik konsumen. Dalam industri peralatan olah raga pun hal ini tidak dapat dihindari. Citra merek disadari atau tidak menjadi faktor yang menjadi perhatian bagi perusahaan dalam rangka menarik minat beli konsumen. Merek bukan lagi hanya sebatas nama tetapi lebih dari itu telah menjadi identitas yang mewakili sebuah perusahaan. Selain itu beragam promosi juga dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk menarik minat beli konsumen. Pemberian harga diskon seringkali dirasa dapat menjadi alat yang ampuh untuk menarik minat beli. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang memberikan harga diskon.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh citra merek dan harga diskon terhadap minat beli konsumen pada produk Nike di *Sports Station* Tunjungan Plaza Surabaya.

Penelitian ini memakai teknik analisis regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan citra merek secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk Nike di *Sports Station* Tunjungan Plaza Surabaya. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga diskon juga secara parsial mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Nike di *Sports Station* Tunjungan Plaza Surabaya. Di samping itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara simultan, citra merek dan harga diskon mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Nike di *Sports Station* Tunjungan Plaza Surabaya.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga Diskon, Minat Beli.

## ABSTRACT

In an era of competition which is so tight now, many companies competed with each other to attract consumers. Various ways can be done by companies to attract consumers. Even in the sports equipment industry this can not be avoid. Conscious or not, brand image is a factor that the company has been concerned in order to attract consumer's purchases intention. Brand is no longer merely just a name but more than that has become an identity that represents a company. In addition, a variety of promotion is also done by companies to attract consumer's purchase intention. Giving a discount is often considered to be a powerful tool for attract interest to buy. This can be seen from the many companies that provide discounts thirst.

This study aims is to look at the influence of brand image and price discounts on consumers' purchase intention on Nike's products in the Sports Station Tunjungan Plaza Surabaya.

This study used logistic regression analysis techniques. The results showed brand image is partially has positive influence on consumer purchase intention in Nike's products in the Sports Station Tunjungan Plaza Surabaya. The results of this study also indicate that price discounts are also partially affect consumer purchase intention on Nike's products in the Sports Station Tunjungan Plaza Surabaya. In addition, the results of this study also show that simultaneously, brand image and discount prices affect consumer's purchase intention against Nike's products in the Sports Station Tunjungan Plaza Surabaya.

Keywords: *Brand Image, Discount Prices, Purchase Intention.*