

**PENGARUH HARGA DISKON TERHADAP NIAT BELI
MELALUI *STORE IMAGE* PADA MATAHARI
DEPARTMENT STORE SURABAYA**



OLEH:
INDRA HANJAYA
3103010106

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

PENGARUH HARGA DISKON TERHADAP NIAT BELI
MELALUI *STORE IMAGE* PADA MATAHARI
DEPARTMENT STORE SURABAYA

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

OLEH:
INDRA HANJAYA
3103010106

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

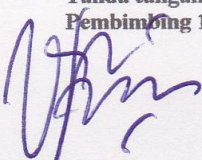
**PENGARUH HARGA DISKON TERHADAP NIAT BELI MELALUI *STORE*
IMAGE PADA MATAHARI *DEPARTMENT STORE* SURABAYA**

Oleh:

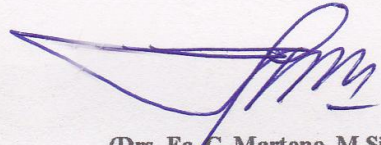
INDRA HANJAYA

3103010106

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Tanda tangan
Pembimbing 1

(Veronika Rahmawati, SE., M.Si)

Tanggal: 11 Juli 2014

Tanda tangan
Pembimbing 2

(Drs. Ec. C. Martono, M.Si., CFP)

Tanggal: 11 Juli 2014

HALAMAN PENGESAHAN


Tugas akhir skripsi yang ditulis oleh: Indra Hanjaya NRP: 3103010106

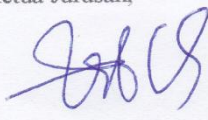
Telah diuji pada tanggal 24 Juli 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penilai.

Ketua Tim Penilai,

Veronika Rahmawati, SE., M.Si
NIK. 311.98.0361

Mengetahui:

Dekan,

Dr. Lodovicus Lasdi, MM.
NIK. 311.99.0370

Ketua Jurusan,

Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
NIK. 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra Hanjaya
NRP : 3103010106
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA DISKON TERHADAP
NIAT BELI MELALUI *STORE IMAGE* PADA
MATAHARI *DEPARTMENT STORE*
SURABAYA

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

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*) Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan hak cipta.

Surabaya, 9 Juli 2014

Yang Menyatakan,



(Indra Hanjaya)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin untuk menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga menyadari keterbatasan waktu, kemampuan, dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth S, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Veronika Rahmawati, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
4. Drs. EC. C. Martono, M.Si., CFP, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
5. Para dosen pendidik semua mata kuliah serta teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung turut memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan kedua saudara saya yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan yang dimiliki, maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 9 Juli 2014

Indra Hanjaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Bauran Ritel	8
2.2.2 Diskon Harga	10
2.2.3 <i>Store Image</i>	12
2.2.4 Niat Beli	16
2.3 Hubungan antara Harga Diskon, <i>Store Image</i> dan Niat Beli	

2.3.1 Hubungan Antara Harga Diskon dan Store Image ...	17
2.3.2 Hubungan Antara <i>Store Image</i> dan Niat Beli	18
2.3.3 Hubungan Antara Harga Diskon, Store Image dan Niat Beli	
18	
2.4 Model Analisis	18
2.5 Hipotesis.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1. Jenis Penelitian	20
3.2. Identifikasi Variabel	20
3.3. Definisi Operasional Variabel	20
3.4. Jenis dan Sumber Data	22
3.5. Pengukuran Data	22
3.6. Alat dan Metode Pengukuran Data.....	23
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.8. Uji Kualitas Data	24
3.8.1. Uji Validitas	24
3.8.2. Uji Reliabilitas	25
3.9. Teknik Analisis Data (SEM)	25
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Karakteristik Responden	32
4.2. Deskripsi Data	33
4.3. Analisis Uji Asumsi SEM	36
4.4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	39
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	39
4.5. Uji Keseluruhan Model	40
4.6. Pengujian Hipotesis	41

4.7. Pembahasan Hasil Penelitian.....	42
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1. Simpulan.....	45
5.2. Saran.....	45

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	8
3.1	Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	30
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidak Berbelanja di Matahari <i>Department Store</i>	33
4.4	Interval Rata-Rata Skor.....	34
4.5	Tabel Diskriptif Harga Diskon	34
4.6	Tabel Diskriptif <i>Store Image</i>	35
4.7	Tabel Diskriptif Niat Beli.....	36
4.8	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	37
4.9	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	38
4.10	Hasil Uji Validitas	39
4.11	Hasil Uji Reliabilitas	39
4.12	Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	41
4.13	Tabel Pengujian Hipotesis.....	41

DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Analisis	18
-----	----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Data Responden
3. Statistik Deskriptif
4. Uji Normalitas
5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
6. Uji Keseluruhan Model
7. Rekapitulasi Kuisisioner

PENGARUH HARGA DISKON TERHADAP NIAT BELI MELALUI *STORE IMAGE* PADA MATAHARI *DEPARTMENT STORE* SURABAYA

Abstrak

Penelitian ini menguji pengaruh harga diskon terhadap niat beli melalui *store image* pada Matahari *Department Store*. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengetahui pengaruh harga diskon terhadap *store image* Matahari *Department Store* di Surabaya 2) mengetahui pengaruh *store image* terhadap niat beli konsumen Matahari *Department Store* di Surabaya, 3) mengetahui pengaruh harga diskon terhadap niat beli konsumen Matahari *Department Store* di Surabaya yang dimediasi oleh *store image*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal. Metode pengambilan data dilakukan dengan survei secara personal terhadap responden yaitu dengan menyebarkan kuisioner. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Matahari *Department Store* di Surabaya dengan jumlah sampel 200 orang, dan teknik pengambilan sampel adalah teknik purposive sampling. Metode yang digunakan adalah SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh positif antara harga diskon terhadap *store image*, 2) terdapat pengaruh positif antara *store image* terhadap niat beli, 3) tidak ada pengaruh antara harga diskon terhadap niat beli yang dipengaruhi oleh *store image*.

Kata kunci : bauran ritel, harga diskon, *store image* dan niat beli

**THE EFFECT OF PRICE DISCOUNTS AND STORE IMAGE ON CONSUMER'S
PURCHASE INTENTION IN MATAHARI DEPARTMENT STORE**

Abstract

This study examines the effect of price discounts on store image and eventually consumer's purchase intention in Matahari Department Store. The purpose of this study were 1) to determine the effect of a price discount on store image in Matahari Department Store in Surabaya 2) determine the effect of store image on consumers purchase intentions Matahari Department Store in Surabaya, 3) determine the effect of price discounts on consumers purchase intentions Matahari Department Store in Surabaya is mediated by store image. Type of research is causal. Method of data collection was done by survey respondents are personally against by distributing questionnaires. Population and sample in this study is that consumers Matahari Department Store in Surabaya with a sample of 200 people, and the sampling technique was purposive sampling technique. The method used is SEM. The results showed that 1) there is a positive effect of price discounts on store image, 2) there is a positive effect between store image on purchase intention, 3) there is no influence of the price discount on purchase intention is influenced by the store image.

Keywords : Retail mix, price discount, store image, and purchase intention