

**UJI BEDA PENGARUH PROMOSI PENJUALAN  
(*PRICE DISCOUNT* DAN *BONUS PACK*)  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION*  
KONSUMEN PRODUK DOURÉ**



OLEH:

CHRISTINA SOERADIH

1723019002

**PROGARAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**2023**

UJI BEDA PENGARUH PROMOSI PENJUALAN (*PRICE  
DISCOUNT* DAN *BONUS PACK*) TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* KONSUMEN  
PRODUK DOURÉ

SKRIPSI  
Diajukan kepada  
FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis  
Fakultas Kewirausahaan

OLEH:

CHRISTINA SOERADIH  
1723019002

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis: Christina Soeradiah NRP: 1723019002. Telah diuji pada tanggal 01 Februari 2023 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



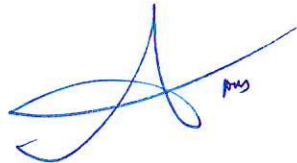
Veronika Rahmawati, SE., M.Si

NIK. 172.98.0361

**Mengetahui:**



Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, SE.,MM.

NIK 172.18.0997

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christina Soeradiah

NRP : 1723019002

Judul Skripsi : Uji Beda Pengaruh Promosi Penjualan (*Price Discount dan Bonus Pack*) Terhadap *Purchase Intention* Konsumen Produk Dourè

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 Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 08 Februari 2023

Yang Menyatakan,



Christina Soeradiah

## HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

UJI BEDA PENGARUH PROMOSI PENJUALAN (*PRICE DISCOUNT* DAN *BONUS PACK*) TERHADAP *PURCHASE INTENTION* KONSUMEN PRODUK DOURÉ

Oleh:

Christina Soeraditih  
1723019002

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, MM  
Tanggal: 27 Januari 2023

Pembimbing II,



Andy Pratama Sulisty, SM., MSM..  
Tanggal: 24 Januari 2023

## Kata Pengantar

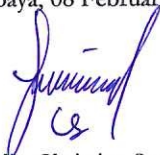
Segala puji dan syukur penulis curahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan rahmat beserta karunia-ya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik. Berkat dan salam tentunya senantiasa tercurah kepada junjungan kita Tuhan Yang Maha Esa yang telah mengantar manusia dari kegelapan menuju alam terang benderang ini. Penyusunan skripsi ini sebagai syarat untuk memenuhi bagian dari mencapai gelar Sarjana Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis amat sangat menyadari bahwa penulisan tidak dapat terselesaikan jika tidak mendapat dukungan dari pihak-pihak yang telah terlibat, baik moril atau materil. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan beribu ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan tugas skripsi, terutama kepada:

1. Kedua orang tua saya sendiri yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil dan tentunya doa yang tiada henti kepada saya.
2. Ibu Dr. Diah Tulipa, MM , selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak Andy Pratama Sulisty, SM., MSM., selaku dosen Pembimbing Skripsi yang membimbing saya selama penyusunan berlangsung
4. Bapak Jonathan Trixie, selaku mentor saya di kelompok *project bisnis* Dourè
5. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyelesaikan masa skripsi
6. Teman seperjuangan yang tidak pernah lelah membantu saya dalam menyelesaikan masa skripsi.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat menjadi bahan untuk kalian selanjutnya mengerjakan skripsi sebagai referensi. Dan dengan penuh kesadaran penulis meminta maaf atas kesalahan yang tertera dalam skripsi ini

Surabaya, 08 Februari 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Christina Soeradiah', with a stylized 'Cs' monogram below it.

Penulis, Christina Soeradiah

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
Abstrak .....	xi
<i>Abstract</i> .....	xii
<b>Bab 1. Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup, dan Batasan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat akademis.....	5
1.5.2 Manfaat Praktis.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
<b>Bab 2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>7</b>
2.1 Peneliti Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori.....	10
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	14
2.4 Kerangka Penelitian .....	15
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	15
<b>BAB 3. Metode Penelitian.....</b>	<b>16</b>
3.1 Desain Penelitian.....	16



3.2 Objek Penelitian .....	16
3.3 Populasi dan Sampel .....	17
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	18
3.5 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel .....	19
3.6 Statistik Deskriptif dan Skala Pengukuran Data .....	21
<b>3.7 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>21</b>
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	21
3.7.2 Uji Asumsi.....	22
3.7.3 Uji Model.....	23
3.7.4 Uji Regresi Sederhana.....	24
3.7.5 Uji Hipotesis.....	24
3.7.6 Uji Beda.....	24
<b>BAB 4. Analisis Data dan Pembahasan.....</b>	<b>25</b>
4.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner.....	25
4.2 Gambaran Umum Responden.....	27
4.3 Hasil Penguji Kualitas Data.....	30
4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
4.3.2 Hasil Uji Asumsi.....	36
4.3.3 Hasil Uji Model.....	39
4.3.4 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	43
4.3.5 Hasil Uji Hipotesis.....	43
4.3.6 Hasil Uji Beda.....	44
<b>BAB 5. Kesimpulan Dan Saran.....</b>	<b>52</b>
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	52
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>55</b>
<b>Lampiran-Lampiran.....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Ringkasan Jurnal Acuan.....	8
Tabel 3.1. Tabel Skala Lilert.....	21
Tabel 4.1 Tabel Pembagian dan Pengembalian Kuisisioner.....	28
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Usia Responden.....	30
Tabel 4.4 Tabel Karakteristik Domisili.....	30
Tabel 4.5 Tabel Karakteristik Pekerjaan.....	31
Tabel 4.6 Tabel Karakteristik Pendapatan.....	32
Tabel 4.7 Tabel Kategori Hasil Interval.....	33
Tabel 4.8 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Discount</i> (X1).....	34
Tabel 4.9 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Bonus Pack</i> (X2).....	34
Tabel 4.10 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y).....	35
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas.....	41
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji Regresi Sederhana.....	43
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	42
Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji F.....	43
Tabel 4.17 Tabel Hasil Uji Hipotesis Uji T.....	43
Tabel 4.18 Tabel Hasil Uji <i>Paired Sample T-Test</i> .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Perubahan Trend Konsumsi Di Masa Pandemi...	2
Gambar 2.1 Gambar Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 3.1 Gambar Uji Model.....	25
Gambar 4.1 Gambar Grafik Uji Normalitas.....	39
Gambar 4.2 Gambar Grafik Uji Normalitas.....	39
Gambar 4.3 Gambar Grafik Uji Heterokedastisitas.....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pertanyaan Kuisisioner.....	74
Lampiran 2: Hasil Kuisisioner.....	75
Lampiran 3: Karakteristik Responden.....	76
Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas.....	78
Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik.....	80
Lampiran 6: Uji F dan Uji T.....	85
Lampiran 7: Uji <i>Paired Sample T-Test</i> .....	86

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap Perbedaan penggunaan strategi promosi *Price Discount* dan *Bonus Pack* terhadap minat beli produk Douré. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) dan jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis statistik regresi sederhana untuk menghubungkan *Price Discount* ( $X_1$ ) dan *Bonus Pack* ( $X_2$ ) terhadap *Purchase Intention* ( $Y$ ). Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online (e-kuesioner) melalui *google form* yang selanjutnya dilakukan *screening* dan alat bantu menggunakan *software SPSS Version 26*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Surabaya dan Sidoarjo yang memiliki umur 15-60 tahun yang pernah mengonsumsi produk makanan ringan sejenis dan paling banyak konsumen yang mengisi kuisioer adalah remaja berusia 20-30 tahun. Sampel yang di ambil dalam penelitian ini sebesar 151 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *Price Discount* ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli ( $Y$ ), kemudian *Bonus Pack* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli ( $Y$ ) dan tidak adanya perbedaan menurut konsumen jika *Douré menggunakan* antara strategi promosi *Price Discount dan Bonus Pack* terhadap Minat Beli ( $Y$ ). Berdasarkan hasil penelitian ini hendaknya Douré tetap mempertahankan promosi *Price Discount dan Bonus Pack* serta meningkatkan dan mencoba strategi promosi yang lain untuk meningkatkan Minat beli produk Douré sehingga Douré semakin dikenal dan orang melakukan pembelian ulang produk Douré.

**Kata Kunci:** *Discount price, Bonus pack dan Purchase Intention*

## Abstract

*This study it's to reveal the differences between use of Price Discount and Bonus Pack promotion strategies on purchase intention in Douré products. This research uses explanatory research and the type of approach used is a quantitative method. This study uses a quantitative approach by using a simple regression statistical analysis method to relate Price Discount (X1) and Bonus Pack (X2) to Purchase Intention (Y). Data collection was collected by distributing questionnaires online (e-questionnaire) via the Google form, which was then screened and assisted by using SPSS Version 26 software. The population in this study were people in the cities of Surabaya and Sidoarjo who were aged 15-60 years who had consumed similar snack products and the most answerd the question is teenager age 20-30 years old. The samples taken in this study amounted to 151 respondents. The results of this study show that Price Discount (X1) has a positive influence on Purchase Intention (Y), then Bonus Pack (X2) has a positive effect on Purchase Intention (Y) and there is no difference between the use of Price Discount and Bonus promotion strategies against Purchase Intention (Y). Based on the results of this study, Douré should continue to maintain Price Discount and Bonus Pack promotions and improve other promotional strategies to increase purchase intention and make Douré knowed and consumer do repurchase Douré product .*

*Keywords: Discount price, Bonus pack and Purchase Intention.*