

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PSIKOLOGI,
SUASANA TOKO, DAN *MOBILE ADVERTISING*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
PAKAIAN WANITA PADA RAMAYANA
(FLOBAMORA MALL) KUPANG**

PROPOSAL

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Penelitian Skripsi



OLEH

YASINTA HERLYATI MISTINI NDAPA
NIM: 32118077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PSIKOLOGI,
SUASANA TOKO DAN *MOBILE ADVERTISING*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
PAKAIAN WANITA PADA RAMAYANA
(FLOBAMORA MALL) KUPANG**

Yang diajukan oleh :

Nama : Yasinta Herlyati Mistini Ndapa
NIM : 32118077
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
NIDN: 0808015901


Maria A. Lopes Amaral, SE, MM
NIDN : 0805079302

Kupang 2022

Ketua Program Studi Manajemen


Anggraeny Paridy, SE, M.Si
NIDN : 0011036501

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

,Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 12 Desember 2022
Jam : 16.00 – 18.00 Wita
Tempat : *Conference Room*
Atas Nama : Yasinta Herlyati Mistini Ndapa
Nomor Registrasi : 32118077
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- 1 Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
- 2 Sekretaris : Maria A. Lopes Amaral, SE, MM
- 3 Penguji I : Dr. Stanis Man, SE, M.Si
- 4 Penguji II : Apryanus Fallo, SE, MM
- 5 Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM



MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Dr. M.E. Perseveranda, SE., M.Si
NIDN : 0819066703

Ketua
Program Studi Manajemen

Anggraeny Paridy, SE, M.Si
NIDN : 0011036501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu!

Tawarikh 15:7

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Yoseph Timbu Dona dan Ibu Getrudis Dona Bili, yang dengan bersusah payah membiayai studi dan yang tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara yang terkasih, kakak Yanto, kakak Rhya, kakak Hendra, kakak Siska, kakak Yono, adik Nus, dan keponakan (+) Angelica dan Alexandria, Gavriel yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, Desember 2022

Penulis

ABSTRAK

Yasinta Herlyati Mistini Ndapa (32118077), dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Psikologi, Suasana Toko dan *Mobile Advertising* Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pakaian Wanita Pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang” di bawah bimbingan Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM selaku Pembimbing II.

Ramayana (Flobamora Mall) Kupang, merupakan salah satu ritel terbesar di kota kota Kupang, yng banyak dikunjungi oleh konsumen, namun volume penjualan di Ramayana (Flobamora Mall) Kupang pada lima tahun terakhir mengalami fluktuasi. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah : 1.) Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang kualitas produk, harga psikologi, suasana toko, *mobile advertising* dan gambaran minat beli produk pakaian wanita pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang. 2.) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk, harga psikologi, suasana toko, *mobile advertising* secara parsial terhadap minat produk pakaian wanita pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang. 3.) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk, harga psikologi, suasana toko, *mobile advertising* secara simultan terhadap minat beli ulang produk pakaian wanita pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang.

Populasi dalam penelitian ini adalah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli pakaian pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti . Sampel dalam penelitian ini yaitu 112 responden. Pengumpulan data menggunakan Kuesioner melalui *Google Form*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel kualitas produk sebesar 73,69%, variabel harga psikologi sebesar 69,55%, variabel suasana toko sebesar 78,44%, variabel *mobile advertising* sebesar 73,18%, variabel gaya hidup sebesar 75,43%, dan minat beli ulang sebesar 72,44%, semua variabel termasuk dalam kategori baik. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk pakaian wanita pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang. (2) harga psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk pakaian wanita pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang. (3) suasana toko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang produk pakaian wanita pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang. (4) *mobile advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk pakaian wanita pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang.

Nilai koefisien determinasi (R^2) variabel minat beli ulang sebesar 77,8% sisanya sebesar 22,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan kepada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang untuk menjaga dan memperhatikan kualitas produknya, tetap konsisten dalam penetapan harga psikologi, meningkatkan suasana toko yang nyaman, serta menggunakan iklan yang menarik, agar mampu mempengaruhi minat beli ulang konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga Psikologi, Suasana Toko, *Mobile Advertising*, Minat Beli Ulang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Psikologi, Suasana Toko dan *Mobile Advertising* Terhadap Minat Beli Ulang Pakaian Wanita Pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang”, dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda. SE.,M.Si selaku Dekan, Br. Salomon Leki, SE.,M.Ec.Dev dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si. selaku Wakil Dekan I dan II, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Dosen Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III serta Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM selaku dosen Pembimbing II dan Sekretaris Panitia Ujian yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Stanis Man SE, M.Si selaku Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
6. Bapak Apryanus Fallo, SE, MM selaku Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
7. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
8. Ibu Angelina Penun, SH selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
9. Bapak Yoseph Timbu Dona dan Ibu Getrudis Dona Bili sebagai orang tua kandung yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan untuk keberhasilan, beserta saudara-saudari (Kakak Yanto, Kakak Rhya, kakak Hendra, kakak Siska, kakak Yono, Adik Nus dan keponakan (+) Angelica dan Alexandria, Gavriel) yang telah memberikan dukungan dan doa untuk meraih gelar Sarjana Manajemen ini.

10. Teman-teman Mahasiswa/i seperjuangan Angkatan 2018 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang (Terkhusus Erna, putry, Indri, Jerry, Bedos, Ryan, Alan, David, Ones, King, dan Apris), yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
11. Teman-teman kos pelangi Trifena, Anthon, Angel, Selvi, Erfi, Anabella, Yun, Yuni, Vini yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada laki-laki yang telah membuat saya patah hati, sepatah-patahnya hingga saya semangat lagi untuk mengerjakan skripsi.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Manajemen Pemasaran.....	12
B. Perilaku Konsumen	15
C. Keputusan Pemebelian	16
D. Minat Beli Ulang.....	25
E. Kualitas Produk.....	31
F. Harga Psikologi.....	33
G. Suasana Toko	35

H. <i>Mobile Advertising</i> (Periklanan Seluler).....	38
I. Peneliti Terdahulu	40
J. Kerangka Pemikiran.....	42
K. Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Tempat dan Waktu Penelitian	46
B. Populasi dan Sampel	46
C. Jenis Data	47
D. Teknik Pengumpulan Data.....	48
E. Variabel, Definisi Operasional Variabel, dan Indikator dan Skala Pengukuran	49
F. Uji Instrumen	51
G. Metode Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Karakteristik Responden Penelitian	62
B. Hasil Uji coba Instrumen Penelitian	67
C. Analisis Data	72
D. Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Pakaian Wanita Ramayana (Flobamora Mall) KupangTahun 2017-2021	7
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga Psikologi	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Mobile Advertising</i>	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang	70
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Variabel Kualitas Produk	72
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Variabel Harga Psikologi	73
Tabel 4.14 Kategori Gambaran Variabel Suasana Toko.....	74
Tabel 4.15 Kategori Gambaran Variabel <i>Mobile Advertising</i>	75
Tabel 4.16 Kategori Gambaran Variabel Minat Beli Ulang	75
Tabel 4.17 Uji Linearitas.....	77
Tabel 4.18 Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	80
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (uji t)	83

Tabel 4.21 Uji Simultan (Uji F)	85
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Sederhana Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.3 Skema Kerangka Berpikir	44
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	76
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas	77