

**PENGARUH HARGA PROMOSI KREATIF DAN EMOSI POSITIF  
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING  
PADA TOKO SUBASUKA KUPANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**



**OLEH :**

**YUTA MARIA SUSANA MENDONCA**  
**NIM : 32114049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA, PROMOSI KREATIF, DAN EMOSI POSITIF  
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING  
PADA TOKO SUBASUKA KUPANG

Yang diajukan oleh :

Nama : Yuta Maria Susana Mendonca  
NIM : 32114049  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Telah disetujui oleh Tim Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, untuk diuji

Pembimbing I


Pembimbing II

  
Drs. Ego Gaudensius Djuang, MM

  
Dra. Sukanti, MM

Kupang,.....

Ketua Program Studi Manajemen

  
Rosadlima Tisu, SE, MM

## LEMBAR PERSETUJUAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh Panitia Ujian Skripsi Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira  
Kupang, yang telah diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 26 Oktober 2018

Jam : 12.00 – 14.00

Atas Nama : Yuta Maria Susana Mendonca

Dinyatakan : LULUS

### PANITIA UJIAN SKRIPSI

Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

Sekretaris : Dra. Sukanti, MM (.....)

Penguji I : Jou Sewa Adrianus, SE, MM (.....)

Penguji II : Rosadalima Tisu, SE, MM (.....)

Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Jou Sewa Adrianus, SE, MM

Ketua Program Studi Manajemen

  
Rosadalima Tisu, SE, MM

## **MOTTO DAN PEPRSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“jangan pernah berharap bahwa hidup akan bertambah mudah; berdoalah agar menjadi kuat! Ketika hidup ini semakin sulit, kita harus menjadi lebih kuat”**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Kepada Ayah tercinta, Carlos Mendonca dan Ibu tercinta, Maria G.F Bubu yang dengan susah payah bekerja keras membiayai pendidikan penulis dan selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis. Kepada saudara-saudari terkasih Novi Mendonca, Lia Mendonca, Feby Mendonca, Tisya Mendonca dan Samuel Mendonca yang selalu mendukung, memotivasi dan menghibur penulis.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Harga, Promosi Kreatif, Dan Emosi Positif Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Toko Subasuka Kupang**” diajukan guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu penulis dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, ibu Rosadalima Tisu, SE, MM yang telah memberikan kesempatan, motivasi dan masukan yang sangat membantu.
4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku dosen Pembimbing I yang memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan keluangan waktu kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.

5. Ibu Dra. Sukanti, MM, selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan telah meluangkan waktu kepada penulis dari awal hingga selesainya Tugas akhir ini.
6. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM, ibu Rosadalima Tisu, SE, MM dan bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Penguji I, Penguji II dan Penguji III.
7. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
8. Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan seluruh Civitas Akademik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
9. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2014 terutama Gembelinus yang selalu mendukung penulis.
10. Orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan doa dan materi.
11. Terima kasih untuk semua pihak yang membantu penelitian sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang penulis miliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari harapan kita semua. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan tulisan ini sangat penulis harapkan.

Kupang, Oktober 2018

Penulis

## ABSTRAK

Yuta Maria Susana Mendonca (32114049) “PENGARUH HARGA, PROMOSI KREATIF DAN EMOSI POSITIF TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA TOKO SUBASUKA KUPANG” Di bawah bimbingan Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Dra. Sukamti, MM selaku Pembimbing II.

Semakin berkembangnya teknologi informasi, persaingan bisnis di dunia semakin meningkat dan ketat. Hal ini dapat dilihat dengan adanya persaingan antar perusahaan dalam mendapatkan konsumen. Jika konsumen loyal terhadap produk atau selalu menggunakan produk perusahaan, maka perusahaan tersebut dikatakan memiliki keunggulan bersaing. Toko Subasuka Kupang merupakan salah satu toko yang terkenal di Kota Kupang dan dikenal dengan jumlah pengunjung yang sangat banyak. Namun banyaknya bermunculan toko – toko baru menyebabkan jumlah pengunjung menurun. Masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana persepsi konsumen tentang harga, promosi kreatif, dan emosi positif dan gambaran tentang keunggulan bersaing pada Toko Subasuka Kupang? 2) Apakah harga, promosi kreatif, dan emosi positif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Subasuka Kupang? 3) Apakah harga, promosi kreatif, dan emosi positif secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Subasuka Kupang?

Penelitian dilakukan di Toko Subasuka Kupang. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 112 responden, dengan menggunakan teknik *aksidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan menggunakan program *SPSS statistic version 16*.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel harga 90,04%, variabel promosi kreatif 90,21%, variabel emosi positif 90,74%, dan variabel keunggulan bersaing 90,18%, sehingga hasil analisis deskriptif dari semua variabel, dikategorikan sangat baik. Hasil analisis linear berganda menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) dengan nilai  $\beta$  0,431, promosi kreatif ( $X_2$ ) dengan nilai  $\beta$  0,288, dan emosi positif ( $X_3$ ) dengan nilai  $\beta$  0,289 berpengaruh terhadap keunggulan bersaing ( $Y$ ). Hasil uji t menunjukkan variabel harga, promosi kreatif dan emosi positif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil uji F menunjukkan variabel harga, promosi kreatif dan emosi positif secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil Koefisien determinasi adalah 0,786 atau 78,60%, artinya 78,60% keunggulan bersaing merupakan kontribusi dari harga, promosi kreatif, dan emosi positif sedangkan sisanya 21,40% dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan kepada Perusahaan sebaiknya melakukan terobosan baru, dan inovasi – inovasi yang sangat menarik dan selalu memperbaiki diri, sehingga bisa bersaing dengan toko lainnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

**Kata kunci** : harga, promosi kreatif, emosi positif, keunggulan bersaing.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESASHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penenelitian.....	9
<b>BAB II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Keunggulan Bersaing .....	10
B. Konsep Pemasaran .....	15
C. Harga .....	17
D. Promosi Kreatif .....	23
E. Emosi Positif .....	29
F. Penelitian Terdahulu .....	32
G. Kerangka Pemikiran.....	33
H. Hipotesis Penelitian.....	36



<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	37
B. Populasi dan Sampel .....	37
C. Jenis Data .....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skal Pengukuran.....	40
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
G. Analisis Data .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
A. Karakteristik Responden .....	53
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	56
C. Analisis Data .....	60
D. Pembahasan.....	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1. Data Jumlah Pengunjung di Toko Subasuka Kupang.....	6
Tabel 1. 2. Data Penjualan di Beberapa Toko di Kupang.....	7
Tabel 3. 1. Variabel, Definisi Operasional, Indikator.....	41
Tabel 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	56
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	57
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Kreatif.....	57
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Emosi Positif.....	58
Tabel 4.8. Hasil Uji Variabel Validitas Keunggulan Bersaing.....	59
Tabel 4.9. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.10. Persepsi Responden Terhadap Variabel Harga.....	61
Tabel 4.11. Persepsi Responden Terhadap Variabel Promosi Kreatif.....	62
Tabel 4.12. Persepsi Responden Terhadap Variabel Emosi Positif.....	63
Tabel 4.13. Persepsi Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing.....	64
Tabel 4.14. Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.15. Hasil Uji Parsial t.....	70
Tabel 4.16. Hasil Uji Simultan f.....	71
Tabel 4.17. Hasil Uji Determinasi R <sup>2</sup> .....	72

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1. Skema Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4.1. Grafik Histogram Uji Normalitas.....	65
Gambar 4.2. Grafik P-plot Uji Normalitas.....	65