

**PENGARUH TAMPILAN PRODUK, PAKET BONUS DAN
HARGA PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN PADA RAMAYANA
MALL KUPANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



OLEH

ARLINA LAURENSIA WEA
NIM: 32116074

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2020**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH TAMPILAN PRODUK, PAKET BONUS DAN
HARGA PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN PADA RAMAYAN
MALL KUPANG**


Yang diajukan oleh:


Nama : Arlina Laurensia Wea
NIM : 32116074
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

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

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
NIDN : 0808015901


Rosadallima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078530

KUPANG.....2020
Ketua Program Studi Manajemen,

Rosadallima Tisu, SE, MM
NIDN: 0825078305

LEMBARAN 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 : Selasa, 07 Desember 2020
Jam : 08.00 – 10.00 Wita
Tempat : Ruang B11
Atas Nama : Arlina Laurensia Wea
NIM : 32116074
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Drs. Ec, Gaudensius Djuang, MM
2. Sekretaris : Rosadalima Tisu, SE, MM
3. Penguji I : Dra. Sukamti, MM
4. Penguji II : Jou Sewa Adrianus, SE, MM
5. Penguji III : Drs. Ec, Gaudensius Djuang, MM

MENGETAHUI


Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Jou Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901


Ketua Program Studi
Manajemen
Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO

**Masa Depan Itu Milik Orang Yang Percaya Akan
Mimpinya Dan Bekerja Sepenuh Hati Untuk
Mewujudkannya**

PERSEMBAHAN

Orang tua tercinta Bapak Siprianus De, Mama Katarina Ria dan Alm.Kaka Theresia Mude yang selalu dengan tulus membiayai studi, memberikan cinta, doa, nasihat, dan motivasi selama saya dalam bangku studi sampai penyelesaian penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat yang diberikan-Nya, sehingga dapat diselesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tampilan Produk, Paket Bonus Dan Harga Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Ramayana Mall Kupang”** merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan, serta bimbingan pemikiran dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, diucapkan limpah terimakasih kepada :

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta seluruh staf, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengikuti dan menyelesaikan Pendidikan di Program Studi Manajemen.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Bapak Daniel Taolin, SE, M.Si dan ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I dan II yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum, akademik dan kependidikan.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dan Ibu Maria B.M.G. Wutun, SE, MM selaku Sekretaris, yang telah memberikan arahan dan pelayanan dalam berbagai urusan akademik serta masukan untuk menyempurnakan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Ec, Gaudensius Djuang, MM sebagai pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM sebagai pembimbing II yang telah memberikan

masuk, perbaikan, motivasi, tenaga, pikiran dan telah meluangkan waktu dalam membimbing selama penulisan skripsi hingga selesai.

5. Ibu Dra. Sukamti, MM selaku dosen penguji I dan Bapak Jou Sewa Adrianus SE, MM selaku penguji II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan ujian skripsi.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan baik teori maupun praktis yang sangat berharga selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
7. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang sesuai tugasnya telah memberikan pelayanan administrasi dan berbagai keperluan lainnya.
8. Orang tua tercinta Bapak Siprianus De, Mama Katarina Ria dan Alm. Kaka Theresia Mude yang selalu membiayai studi, memberikan cinta, doa, nasihat, dan motivasi selama dalam bangku studi dan penyelesaian penelitian ini.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2016, kakak All warnet dan semua pihak yang membantu penelitian, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak kekurangan serta masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan hati terbuka menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun. Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan akhir kata disampaikan terimakasih.

Kupang, Desember 2020

Penulis

ABSTRAK

Arlina Laurensia Wea (32116074) dengan judul penelitian “**Pengaruh Tampilan Produk, Paket Bonus Dan Harga Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Ramayana Mall Kupang**”. Dibawah bimbingan Bapak Drs. Ec, Gaudensius Djuang, MM sebagai pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu,SE, MM sebagai pembimbing II.

Ramayana Mall Kupang, merupakan salah satu ritel terbesar di kota Kupang, yang banyak dikunjungi oleh konsumen, namun volume penjualan di Ramayana Mall Kupang pada tiga tahun terakhir mengalami fluktuasi. Masalah dalam penelitian ini 1). Bagaimana persepsi konsumen tentang tampilan produk, paket bonus, harga psikologi dan gambaran keputusan pembelian pakaian pada Flobamora Mall Kupang? 2). Apakah tampilan produk, paket bonus dan harga psikologi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Flobamora Mall Kupang? 3). Apakah tampilan produk, paket bonus dan harga psikologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Flobamora Mall Kupang?

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja pada Ramayana Mall Kupang, sampel sebanyak 77 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Setelah data dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis intersial.

Hasil analisis Deskriptif diperoleh jawaban responden terhadap variabel tampilan produk sebesar 64% dengan kategori cukup menarik, variabel paket bonus sebesar 68% dengan kategori cukup menarik dan variabel harga psikologi sebesar 59% dengan kategori cukup menarik dan variabel keputusan pembelian sebesar 56% dengan kategori cukup menarik. Berdasarkan hasil regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut: $Y = -1,980 + 0,327 X_1 + 0,205 X_2 + 0,413 X_3$. Hasil uji t menunjukkan bahwa tampilan produk, paket bonus dan harga psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Ramayana Mall Kupang. Hasil dari koefisien determinasi (R^2) = 71,1% dipengaruhi oleh variabel keputusan pembelian yang merupakan kontribusi dari variabel tampilan produk, paket bonus dan harga psikologi, sedangkan sisanya 28,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut disarankan untuk meningkatkan keputusan pembelian, maka Ramayana Mall Kupang perlu memperhatikan warna pakaian yang ditawarkan untuk lebih mengikuti *trend* dan menawarkan warna pakaian yang kalem, mampu memberikan paket bonus terhadap pakaian lain seperti pakaian kemeja, *dress* dan kaos berkerak. Selanjutnya membuat paket bonus yang bervariasi, seperti beli banyak dapat souvenir kalender tidak monoton terhadap beli 2 gratis 1 saja, sehingga Ramayana Mall bisa menarik lebih banyak konsumen untuk mengambil keputusan dan lebih konsisten dalam menetapkan harga psikologi, artinya memberikan harga ganjil yang cukup besar, sehingga konsumen tertarik untuk membeli.

Kata Kunci : Tampilan produk, paket bonus, harga psikologi dan keputusan pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Manajemen Pemasaran.....	10
B. Perilaku Konsumen	13
C. Keputusan Pembelian.....	14
D. Tampilan Produk.....	21
E. Paket Bonus.....	23
F. Harga Psikologi.....	26
G. Penelitian Terdahulu	28
H. Kerangka Pemikiran.....	33

I. Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Tempat dan Waktu Penelitian	36
B. Populasi dan Sampel	36
C. Jenis Data	37
D. Metode Pengumpulan Data	39
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator	39
F. Uji Instrumen	41
G. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran umum lokasi Flobamora Mall Kupang	52
B. Karakteristik Responden	52
C. Hasil Uji Coba Instrument Penelitian	57
D. Analisis Data	61
E. Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Pakaian Flobamora Mall (Ramayana) Kupang Tahun 2017-2019	6
Tabel3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Butir Pernyataan	40
Tabel4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Tampilan Produk	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Paket Bonus	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga Psikologi	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.11 Kategori Gambaran Tampilan Produk	61
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Paket Bonus	62
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Harga Psikologi	63
Tabel 4.14 Kategori Gambaran Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial	70
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan.....	72
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	65
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas	65
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 Hasil Uji Deskriptif	87
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	95
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	97
Lampiran 5 Uji Normalitas	98
Lampiran 6 Uji Linearitas	99
Lampiran 7 Multilinearitas.....	101
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas	102
Lampiran 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	103
Lampiran 10 Uji Simultan (Uji F).....	104
Lampiran 11 Uji Simultan (Uji F).....	106
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	106