

**PENGARUH POTONGAN HARGA, PAKET BONUS DAN TAMPILAN  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SABUN SUNLIGHT PADA HYPERMART  
LIPPO PLAZA KUPANG**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**FREYA J.M KRISLAYANTO**

**No. Registrasi : 32114059**

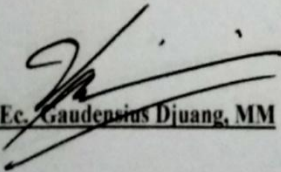
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2018**

**LEMBAR PENGESAHAN**

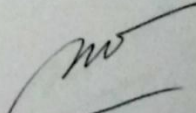
**Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing Fakultas  
Ekonomi Program Studi Manajemen Katolik Widya Mandira Kupang.**

**Kupang, Mei 2018**

**Pembimbing I**

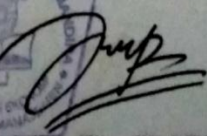
  
**Drs. E. Gaudensius Djuang, MM**

**Pembimbing II**

  
**Dra. Sukanti, MM**

**Kupang,.....  
Ketua Program Studi Manajemen**



  
**Rosadalima Tisu, SE, MM**

## LEMBAR PERSETUJUAN

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

Hari/Tanggal : Kamis, 17 Mei 2018  
Jam : 14.00-16.00 Wita  
Atas Nama : Freya J.M Krislayanto  
Dinyatakan : LULUS

### Panitia Ujian Skripsi

Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

Sekretaris : Dra. Sukanti, MM

Penguji I : Drs. Ec. Sabinus Hatul, 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**

**Siapa banyak memberi berkat, diberi kelimpahan, siapa memberi minum, ia sendiri akan diberi minum.**

**Amsal 11:25**

## **PERSEMBAHAN**

karya ini kupersembahkan:

Karya ini khususnya penulis berikan kepada Alm. Papa tercinta Lay Cui Fa yang sudah mendidik dan membesarkan penulis menjadi pribadi yang baik. Semoga dengan karya ini papa turut bangga dan bahagia.

Kepada Ibu Meddy Amalo, Om Donald Amalo, Kakak Kevin Krislayanto dan Adik Putri Wibowo yang telah membantu baik dalam keuangan maupun doa terima kasih. Kepada teman-teman mahasiswa SI Manajemen Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Kupang, Mei 2018

Penulis

## ABSTRAK

Freya J.M Krislayanto (32114059) “Pengaruh Potongan Harga, Paket Bonus dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Sunlight pada Hypermart Lippo Plaza Kupang”. Di bawah bimbingan Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Dra. Sukanti, MM selaku Pembimbing II.

Hypermart Lippo Plaza Kupang merupakan salah satu supermarket yang berada di Kota Kupang. Walaupun berbagai macam strategi telah dilakukan untuk menarik minat konsumen, namun Hypermart Lippo belum menjadi *market leader* dari seluruh supermarket yang ada di Kota Kupang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana persepsi konsumen tentang potongan harga, paket bonus, tampilan produk dan gambaran keputusan pembelian produk sabun cuci Sunlight pada Hypermart Lippo Plaza Kupang? 2) Apakah potongan harga, paket bonus, dan tampilan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian produk sabun cuci piring Sunlight pada Hypermart Lippo Plaza Kupang? 3) Apakah potongan harga, paket bonus, dan tampilan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian produk sabun cuci piring Sunlight pada Hypermart Lippo Plaza Kupang?.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung di Hypermart Lippo Plaza Kupang, dan jumlahnya tidak diketahui. Sampel ditentukan sebanyak 110 orang dengan teknik pengambilan sampel secara *accidental*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuisioner. Data diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan inferensial.

Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran kategori variabel potongan harga 84,16% dalam kategori tinggi, variabel paket bonus 81,9% dalam kategori tinggi, variabel tampilan produk 81,13% kategori tinggi dan variabel keputusan pembelian 80,93% dalam kategori tinggi. Berdasarkan analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:  $Y = 0,588X_1 + 0,200X_2 + 0,233X_3$ . Hasil uji t menunjukkan variabel potongan harga  $t_{hitung}$  sebesar 7,551 signifikansi 0,000, paket bonus  $t_{hitung}$  2,688 signifikansi 0,008, dan tampilan produk  $t_{hitung}$  3,155 signifikansi 0,002 secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil uji  $F_{hitung}$  sebesar 26,831 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan, yaitu 0,05(5%) menunjukkan variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi = 0,432 atau 43,2% dimana keputusan pembelian merupakan kontribusi dari variabel potongan harga, paket bonus dan tampilan produk, sedangkan sisanya yaitu 56,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan analisis tersebut, disarankan agar Hypermart Lippo Plaza meningkatkan strategi penjualan yang tepat, sehingga dapat meningkatkan penjualan dalam perusahaan khususnya produk sunlight agar tidak terjadi *over stock* (kelebihan stok).

**Kata Kunci:** Potongan Harga, Paket Bonus, Tampilan produk, dan Keputusan pembelian.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Potongan Harga, Paket Bonus dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Sunlight Pada Hypermart Lippo Plaza Kupang”** diajukan guna memenuhi syarat lulus Strata 1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik dalam penyelesaian pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Manira Kupang. dengan ini perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terimakasih kepada:

1. Pater Dr. Philipus Tule SVD selaku 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. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas katolik Widya Mandira.
3. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, masukan dan perbaikan yang sangat membantu mulai dari persaiapan propoasal sampai penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Sukamti,MM selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan perbaikan yang sangat membantu mulai dari

persiapan propoasal sampai penulisan skripsi ini.

5. Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM selaku Penguji I dan Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Penguji II terima kasih telah membantu dalam memberikan saran dan perbaikan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen lainnya yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
7. Para pegawai tata usaha khususnya Om Anis yang sangat membantu dalam menyiapkan segala keperluan perkuliahan hingga skripsi.
8. Keluarga besar penulis Ibu Meddy Amalo, Om Donald Amalo, Lidya Amalo, Kevin Krislayanto, Freska Gousario, dan Adik Putri wibowo.
9. Sahabat terkasih Mellyana Milla, Sumariono Tan Jaya, Novantri Tapatfeto, Devan Liem, Dian Serang, dan Agung Ang serta teman-teman angkatan 2014.
10. Senior-senior di Universitas Katolik Widya Mandira Kupang Apris Fallodan Vista Mona Ratukitu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
11. Dan kepada semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebut satu per satu selama penulisan proposal hingga skripsi.

Semoga Tuhan Allah membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan, bantuan dan doa dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kupang, Mei 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Konsep Perilaku Konsumen .....	12
B. Keputusan Pembelian .....	13
C. Potongan Harga .....	19
D. Paket Bonus .....	23
E. Tampilan Produk .....	26
F. Hubungan antara Potongan Harga, Paket Bonus, Tampilan Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	28



G. Penelitian Terdahulu .....	30
H. Kerangka Penelitian .....	33
I. Hipotesis Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
B. Populasi dan Sampel.....	35
C. Jenis Data .....	36
D. Teknik Pengumpulan Data .....	37
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran .....	38
F. Uji Validitas dan Relibilitas.....	38
G. Analisis Data.....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Karakteristik Responden .....	50
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian .....	54
C. Analisis Data.....	59
D. Pembahasan .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> (TBI) Kategori Produk Rumah Tangga (PRT) Tahun 2015-2017 (dalam %) .....	5
Tabel 1.2 Data Penjualan sabun <i>Sunlight, Mama Lemon Dan Mamalime</i> di Hypermart Lippo Plaza Kota Kupang .....	8
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional dan Indikator .....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Potongan Harga (X1) .....	55
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Paket Bonus (X2) .....	56
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Tampilan Produk (X3) .....	56
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	57
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Relibilitas .....	58
Tabel 4.11 Kategori Gambararan Potongan Harga (X1).....	59
Tabel 4.12 Kategori Gambararan Paket Bonus (X2) .....	60
Tabel 4.13 Kategori Gambararan Tampilan Produk (X3).....	61
Tabel 4.14 Kategori Gambararan Keputusan Pembelian (Y) .....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.16 Uji Linearitas.....	66
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	68

Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	70

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas .....	64
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas .....	65
Gambar 4.3 P-Plot Uji Normalitas .....	65