

**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

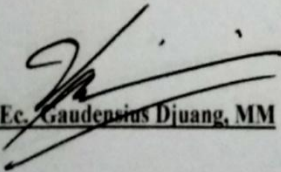
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

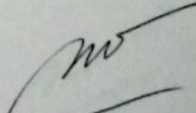
**Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing Fakultas
Ekonomi Program Studi Manajemen Katolik Widya Mandira Kupang.**

Kupang, Mei 2018

Pembimbing I

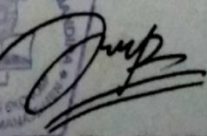

Drs. E. Gaudensius Djuang, MM

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

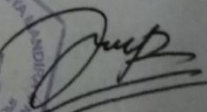
Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

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

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
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
BAB III METODE PENELITIAN	35
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
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Karakteristik Responden	50
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian	54
C. Analisis Data.....	59
D. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
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

	Halaman
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