

**PENGARUH DISKON DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SIMPLICITY
(STUDI PADA STORE SIMPLICITY PLAZA SURABAYA)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

NABILAH AMANI SALSABILA
1612010085/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2020**

**PENGARUH DISKON DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SIMPLICITY
(STUDI DI STORE SIMPLICITY PLAZA SURABAYA)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**NABILAH AMANI SALSABILA
1612010085/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2020**

SKRIPSI

**PENGARUH DISKON DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SIMPLICITY
(STUDI DI STORE SIMPLICITY PLAZA SURABAYA)**

Oleh

NABILAH AMANI SALSABILA
1612010085 / FEB / EM

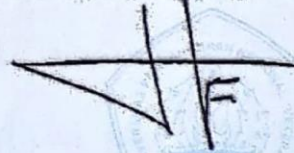
**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh
Tim Penguji Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 22 Juni 2020**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Sulastri Irbayuni, S. E., M. M.
NIP. 196206161989032001

Pembimbing Utama



Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W.,
M.M
NIP. 196310091991032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Prof. Dr. Syamsul Huda, S. E., M. T.
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan juga salam senantiasa tercurah kepada Junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat-syarat untuk penyelesaian program studi pendidikan strata satu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan nasional “Veteran” Jawa Timur dengan judul “PENGARUH DISKON DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SIMPLICITY (STUDI PADA KONSUMEN PAKAIAN SIMPLICITY PLAZA SURABAYA)”.

Penulis menyadari mengenai penulisan ini tidak bisa terselesaikan tanpa pihak-pihak yang mendukung baik secara moril dan juga materil. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan skripsi ini. Saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir.Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE., MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE., MM selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika W, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, saran, petunjuk dan perhatian hingga penulisan penelitian ini selesai.
5. Terimakasih kepada orang tua dan kedua adik saya atas segala doa, pengorbanan, dan dukungan yang tiada tara baik secara moril maupun materiil dan segala kasih sayangnya.
6. Terimakasih kepada teman Grup Konspirasi Dyah Ayu Suciani dan Roudlotul Badi’ah atas kontribusinya mengenai informasi-informasi terbaru dan terkini.
7. Terimakasih kepada teman saya Tamara Dwi Rahmawati, yang selalu siap membantu saya kapanpun dalam penyusunan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada teman saya Kalya Awindya yang selalu memotivasi dan sudah sama-sama berjuang dari awal pekan mahasiswa baru hingga saat ini.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam memberikan saran, motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini, saya banyak mengucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari sempurna hal ini karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya saran dan masukan bahkan kritik membangun dari berbagai pihak.

Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak khususnya dalam bidang manajemen.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAKSI.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Diskon	13
2.2.1.1 Jenis-jenis Diskon	14
2.2.1.2 Faktor-faktor Pemberian Diskon.....	15
2.2.2 Promosi	16
2.2.2.1 Tujuan Promosi	18
2.2.2.2 Bauran Promosi	19
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	21
2.2.3.1 Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.	22
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.3.1 Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4 Kerangka Konseptual.....	26
2.5 Hipotesis	26

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	27
31 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.1.1 Variabel Independen	27
3.1.2 Variabel Dependen.....	28
32 Pengukuran Variabel	29
33 Teknik Penentuan Sampel	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	30
34 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1 Jenis Data	31
3.4.2 Sumber Data.....	31
35 Metode Pengumpulan Data.....	32
36 Uji Validitas dan Reabilitas	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reabilitas	33
37 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	33
3.7.1 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.2 Model Indikator	35
3.7.2.1 Indikator Reflektif.....	35
3.7.2.2 Indikator Formatif	37
3.7.3 Kepuasan Metode PLS.....	38
3.7.3.1 Pengukuran PLS.....	38
3.7.3.2 Langkah-langkah PLS	39
3.7.4 Asumsi PLS	45
3.7.5 Ukuran Sampel.....	45
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.1 Profil Perusahaan	46
4.2 Deskripsi Penelitian	46

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.2.3 Deskripsi Hasil Variabel Diskon (X1).....	48
4.2.4 Deskripsi Variabel Promosi (X2)	49
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
4.3 Analisis Data.....	51
4.3.1 Evaluasi Outlier	51
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS.....	52
4.3.2.1 Pengujian Model Pengukuran	52
4.3.2.2 Analisis Model PLS.....	58
4.3.2.3 Evaluasi Pengujian Struktural Model	58
4.3.2.4 Hasil Dari Inner Weights	59
4.4 Pembahasan	60
4.4.1 Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fashion E-commerce	3
Tabel 1.2 Gerai Fashion Plaza Surabaya	5
Tabel 1.3 Data Penjualan Store Simplicity	7
Tabel 1.4 Data Pra Survey	8
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Kharakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Diskon	48
Tabel 4.4 Frekuensi hasil Jawaban Responden Mengenai Presepsi	49
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.6 Residuals Statistic(a).....	52
Tabel 4.7 Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values).....	53
Tabel 4.8 Average Variance Extracted (AVE)	55
Tabel 4.9 Composite Reliability	56
Tabel 4.10 Laten Variable Correlations	57
Tabel 4.11 R Square.....	59
Tabel 4.12 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Model Indikator Refleksif	35
Gambar 3.2 Model Indikator Formatif.....	36
Gambar 3.3 Diagram Jalur PLS	39
Gambar 4.1 Outer Model dengan <i>factor loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i> .	58

**PENGARUH DISKON DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMEBELIAN
(Studi Pada Toko Simplicity Plaza Surabaya)**

**Nabilah Amani Salsabila
1612010085/FEB/EM**

ABSTRAK

Salah satu kebutuhan primer manusia adalah sandang atau pakaian. Membanjirnya produk *fashion* terutama pakaian di pasaran mempengaruhi sikap seseorang, terhadap pemakaian dan pembelian produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan melainkan keinginan. Banyaknya perusahaan ritel dalam dunia *fashion* sejenis menyebabkan timbulnya persaingan yang ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Diskon dan Promosi, terhadap Keputusan Pembelian pakaian merek Simplicity di *store* Plaza Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Simplicity di Plaza Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan jumlah sampel sebanyak 70 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara langsung. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Diskon tidak memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel Promosi memberikan kontribusi terhadap Keputusan Pembelian di *store* Simplicity Plaza Surabaya.

Kata Kunci: Diskon, promosi, Keputusan Pembelian.