

**PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA TOKO, DAN PENGARUH
SOSIAL TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK SEPATU
BUCCHERI DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh :

YOLANDA PARAMITHA
2011210126

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI

Diajukan oleh :

YOLANDA PARAMITHA

2011210126

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 19 Januari 2015



(Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog)

SKRIPSI

**PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA TOKO, DAN PENGARUH
SOSIAL TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK SEPATU
BUCCHERI DI SURABAYA**

Disusun oleh

YOLANDA PARAMITHA

2011210126

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 13 Februari 2015

Tim Penguji

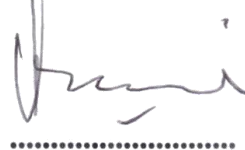
Ketua : (Drs. Irawan, M.M.)



Sekretaris : (Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog)



Anggota : (Dra. Lindiawati, M.M)



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yolanda Paramitha
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 2 Juni 1993
N.I.M : 2011210126
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Potongan Harga, Citra Toko, dan
Pengaruh Sosial terhadap Niat Pembelian Produk
Sepatu Buccheri di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Dosen Pembimbing

Tanggal :

Tanggal :



(Dr. Muazaroh,S.E.,M.T.)



(Laila Saleh Marta',S.Psi., M.MT.,Psikolog)

Motto

“ The Lord is my Light and my Salvation; whom shall I
fear ? The Lord is the stronghold of my Life of Whom
shall I be affraid ?

Psalm 27 : 1

Penantian selama ini tercapai juga. Skripsi saya bisa selesai tepat waktu. Rasanya lueeeegaa bangeett... Akhirnya kerja keras selama ini terbayar juga dengan hasil yang memuaskan.

Nikmati masa- masa LDR (Lelah Dengan Revisi)

Love what you do and do what you Love

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang- orang yang sangat berarti bagi saya dan untuk orang- orang yang telah menjadi bagian dalam hidup saya..

1. Terimakasih aku ucapkan pada Tuhan Yesus dan Bunda Maria, atas segala berkat, rahmat, pertolongan yang telah dicurahkan. Terimakasih atas bimbingan Roh Kudus selama pengerjaan skripsi ini, sehingga aku bisa kuat, tabah, dan semangat dalam menghadapi cobaan selama skripsi ini..
2. Kepada yang sangat aku cintai dan banggakan, Mama Diana dan Papa Joko. Terimakasih atas doa, motivasi, dan segala sesuatu yang telah mama papa korbankan demi Yoland. Terimakasih yang tidak dapat Yoland ucapkan lewat kata- kata.
3. Terimakasih yang sangat dalam juga saya ucapkan untuk dosen pembimbing saya, Ibu Laila Saleh, atas segala bimbingan dan bantuan selama proses pengerjaan skripsi ini.
4. Kepada dosen wali saya Ibu Wiwik, terimakasih atas bantuan dan bimbingan selama saya berkuliah di STIE Perbanas. Dan kepada seluruh dosen S1 Manajemen Pemasaran yang saya banggakan, terimakasih atas ilmu yang diberikan kepada saya.
5. Special thanks for Koko Awe. Terimakasih sudah mau mengorbankan waktu untuk menjadi mentor AMOS. Terimakasih sudah mau merangkap jabatan sebagai teman, kakak, smuanya deh !!
6. Gak lupa, teman- teman seperjuangan, Si Mami “Leonita” yang selalu bawelll, Si Endel “Sarah” sexy aduhai..Terimakasih sudah menjadi teman baik, temen curcol, teman shopping, makan .. Smoga tetap bisa ketemu yaa walaupun uda pada sibuk kerja.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkatNya yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Potongan Harga, Citra Toko, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Niat Pembelian Produk Sepatu Buccheri Di Surabaya”.

Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar - besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu, khususnya kepada :

1. Ibu Laila Saleh,S.Psi.,M.MT. selaku dosen pembimbing yang telah berbaik hati membagikan ilmu dan dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Dr. Muazaroh,SE.,M.T. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Dra.Ec. Wiwik Lestari,M.Si. selaku dosen wali, terimakasih atas bantuan serta bimbingan selama semester awal hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu mulai awal perkuliahan pada semester satu hingga semester akhir ini.
5. Seluruh Civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya.

Demikian skripsi ini dituliskan, semoga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan bagi para peneliti lain yang akan meneliti dengan subyek ataupun obyek yang sama.

Surabaya, 16 Januari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK/RINGKASAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori.....	18
2.3. Kerangka Pemikiran.....	24
2.4. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Rancangan Penelitian	25
3.2. Batasan Penelitian	26
3.3. Identifikasi Variabel.....	26
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.5. Instrumen Penelitian.....	31
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.9. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	47
4.1. Gambaran Subyek Penelitian	47
4.2. Analisis Data	49
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	64
4.4. Uji Pengukuran Model Penelitian	66
4.5. Uji Hipotesa	69
4.6. Pembahasan.....	71

BAB V PENUTUP.....	74
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Keterbatasan.....	76
5.3. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	: Persentase Top Brand Indonesia Kategori Kebutuhan Barang Pribadi Tahun 2013 di Indonesia	6
Tabel 1.2	: Persentase Top Brand Indonesia Kategori Kebutuhan Barang Pribadi Tahun 2014 di Indonesia	6
Tabel 2.1	: Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	17
Tabel 3.1	: Kisi-Kisi Kuesioner	33
Tabel 3.2	: Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	43
Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	49
Tabel 4.4	: Tabel Interval Kelas Untuk Pernyataan Positif	50
Tabel 4.5	: Tabel Interval Kelas Untuk Pernyataan Negatif	51
Tabel 4.6	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Potongan Harga	51
Tabel 4.7	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Toko	52
Tabel 4.8	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengaruh Sosial	53
Tabel 4.9	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Pembelian	54
Tabel 4.10	: Uji Normalitas	55
Tabel 4.11	: Univariate Outliers	57
Tabel 4.12	: Multivariate Outliers	59
Tabel 4.13	: <i>Goodness of fit</i> uji CFA awal	61
Tabel 4.14	: Hasil Estimasi Uji CFA	61
Tabel 4.15	: <i>Goodness of fit</i> uji CFA Akhir	63
Tabel 4.16	: Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.17	: <i>Goodness Of Fit</i> Uji Pengukuran Model Penelitian Awal	67
Tabel 4.18	: <i>Goodness Of Fit</i> Uji Pengukuran Model Penelitian Akhir	68
Tabel 4.19	: Hasil Estimasi Model Uji Pengukuran Penelitian Akhir	68
Tabel 4.20	: Hasil Estimasi Uji Hipotesa	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran	13
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran	15
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran	16
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1 : Diagram Alur Pengaruh Potongan Harga, Citra Toko, dan Pengaruh Sosial Terhadap Niat Pembelian Produk Sepatu Buccheri Di Surabaya	44
Gambar 3.2 : Persamaan <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Pengaruh Sosial	44
Gambar 3.3 : Persamaan <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Pengaruh Potongan Harga	45
Gambar 3.4 : Persamaan <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Pengaruh Citra Toko	45
Gambar 3.5 : Persamaan <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Pengaruh Niat Pembelian	46
Gambar 4.1 : <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	60
Gambar 4.2 : <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Akhir	63
Gambar 4.3 : Uji Pengukuran Model Penelitian Awal	66
Gambar 4.4 : Uji Pengukuran Model Penelitian Akhir	67

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Hasil Tanggapan Responden Variabel Potongan Harga dan Citra Toko
- Lampiran 3 : Hasil Tanggapan Responden Variabel Pengaruh Sosial dan Niat Beli
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas SPSS
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas SPSS
- Lampiran 6 : Hasil Uji Z- Score (Univariate Outlier)
- Lampiran 7 : Uji Normalitas
- Lampiran 8 : Uji Multivariate Outliers (Mahalanobis)
- Lampiran 9 : Hasil Estimasi Uji CFA
- Lampiran 10 : Hasil Estimasi Model Uji Pengukuran Model Penelitian Akhir
- Lampiran 11 : Hasil Estimasi Uji Hipotesa
- Lampiran 12 : Data Responden
- Lampiran 13 : Gambar Produk Buccheri

*THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNT, STORE IMAGE, AND SOCIAL
INFLUENCE ON CUSTOMER'S INTENTION FOR PURCHASING
BUCCHERI'S SHOES PRODUCTS IN SURABAYA*

Yolanda Paramitha
STIE Perbanas Surabaya
Email : yoland.clara@gmail.com

ABSTRACT

Nowadays, human needs for fashion has become a major issue. Development of socialite class in our society has led the high demand of fashion and lifestyle, including shoes. This research aims to examine the effect of price discount, store image, and social influence on customer's purchase intention on a shoes brand, Buccheri. Required data were gathered from 150 respondents of Surabaya who were visiting shopping mall during January 2015. Questionnaire method was used in this research. The data were analysed using Structural Equation Modelling (SEM) in AMOS Graphics Software. The result of this research are : price discount has significant positive effect on store image, store image has non-significant positive effect on purchase intention, social influence has non-significant positive effect on purchase intention, and price discount has non-significant positive effect on purchase intention.

Key words : price discount, store image, social influence, customer's purchase intention, SEM.