

**PENGARUH IKLAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP  
CITRA TOKO DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI  
KONSUMEN PRODUK SMARTFREN ANDROMAX DI  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Strata Satu

Jurusan Manajemen



Oleh :

**GALIH WAHYU UTOMO**

**2011210230**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2015**

**PENGARUH IKLAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP  
CITRA TOKO DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI  
KONSUMEN PRODUK SMARTFREN ANDROMAX DI  
SURABAYA**

Diajukan oleh :

**GALIH WAHYU UTOMO**

**2011210230**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : ...30... Juli 2015



**(Dr. RONNY, S.Kom., M.Kom., MH.)**

# S K R I P S I

## PENGARUH IKLAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP CITRA TOKO DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PRODUK SMARTFREN ANDROMAX DI SURABAYA

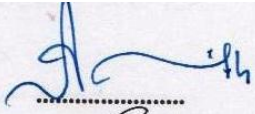
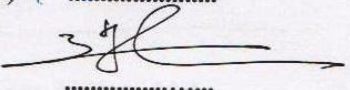

Disusun oleh :

**GALIH WAHYU UTOMO**

**2011210230**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 20 Agustus 2015

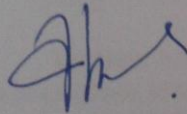
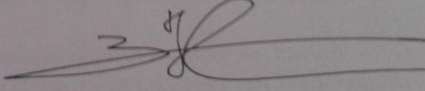
Tim Penguji

<b>Ketua</b>	<b>: ( Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si )</b>	
<b>Sekretaris</b>	<b>: ( Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH. )</b>	
<b>Anggota</b>	<b>: ( Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM. )</b>	

## PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Galih Wahyu Utomo  
Tempat, Tanggal Lahir : Tuban, 15 Februari 1993  
N.I.M : 2011210230  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
J u d u l : Pengaruh Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Citra  
Toko Dan Dampaknya Terhadap Niat Beli  
Konsumen Produk Smartfren Andromax di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Sarjana Manajemen,	Dosen Pembimbing,
Tanggal : 16 oktober 2015	Tanggal : 12 oktober 2015
	
<u>(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)</u>	<u>(Dr. RONNY, S.Kom.,M.Kom.,MH.)</u>

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

***“SUKSES TIDAK DIUKUR DARI NILAI YANG DIDAPATKAN,  
TETAPI SUKSES ADALAH SEBUAH PENCAPAIAN YANG KITA  
DAPATKAN DENGAN MENGHARGAI ORANG LAIN”.***

### **Kupersembahkan untuk :**

Special thanks to **ALLAH SWT** atas berkat, rahmat dan perlindungannya, sehingga terselesaikan skripsiku

Kepada **ORANG TUAKU** yang telah melahirkan, memberiku kasih sayang, selalu menjaga saya, memberi semangat serta dorongan untuk dapat menjadi anak yang lebih baik ... ucapan terima kasih tidak dapat menebus segala dan semua yang telah engkau berikan kepadaku

Kepada **saudaraku** yang telah memberikan support hingga skripsi ini jadi dan dinyatakan lulus

Thanks to **Pak Ronny** selaku dosen pembimbing yang super UYE yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk membantu dan menjawab segala kebingungan saya dalam penyelesaian skripsi ini, perhatian, motivasi dan dorongan yang bapak berikan tidak akan pernah saya lupa. **Pak Nadjib dan Bu Aniek** sebagai dosen penguji hingga sidang ujian skripsi pertama saya lulus.

Terima kasih **Bu Laila** sebagai dosen wali saya, sudah meluangkan waktunya untuk memberikan dorongan, bimbingan, saran dan nasehat hingga saya bisa lulus kuliah.

**Thanks to**

**Terima kasih *teman ngopi 71* yang telah menemani saya dalam mengerjakan skripsi hingga skripsi ini jadi**

**Terima kasih untuk *lagu lagu reggae* yang biasa saya putar. Yang biasa menemani dan menginspirasi saya dalam mengerjakan skripsi ini**

**Thanks to *suhu crew* JARKOM, BONSLER , SALEHO, SHITA, RIDHA, YANTI, dan PIYEK, SAIYAF, HANDY terima kasih untuk sharingnya. akhirnya kita semua bisa lulus setelah diterpa berbagai macam cobaan. Selalu berusaha, berdoa dan tetap UYE**

**Terima kasih *teman satu bimbingan* saya mbak Jenny, mas Atenk, mas Elwin yang saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Sukses ya untuk kita semua**

**Terima kasih kawan kawan *panitia marketing festival tahun 2015* yang telah memberikan dukungan serta pengalaman yang luar biasa bagi saya**

**Terima kasih buat *Kawan* dan *Gelo* yang telah menyediakan tempat bagi saya dalam mengerjakan skripsi dan mencari inspirasi. Dan untuk penghuninya semoga kita semua diberikan kesuksesan, tetap semangat, dan selalu enjoy dalam menjalani hidup.**

*Love, faith and hope :*

**GALIH WAHYU UTOMO, SE**

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas RahmatNya penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Iklan dan Potongan Harga Terhadap Citra Toko dan Dampaknya terhadap Niat Beli Konsumen produk Smartfren Andromax di Surabaya”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, dengan ketulusan hati dan rasa hormat, penyusun ingin mengungkapkan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, nikmat, dan taufik sehingga penyusun bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Kedua orang tua penyusun yang selalu sabar dan memberikan dukungan serta doa yang selalu diberikan kepada penyusun.
3. Bapak Lutfi S.E.,M.Fin selaku Ketua STIE PERBANAS surabaya.
4. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Program Sarjana Manajemen STIE PERBANAS surabaya.
5. Bapak Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH. Selaku dosen pembimbing dalam pembuatan skripsi yang telah banyak memberikan arahan selama pengerjaan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen STIE PERBANAS Surabaya yang telah memberikan ilmu dan mendidik penyusun selama menempuh studi di STIE PERBANAS Surabaya.

7. Seluruh Civitas Akademika STIE PERBANAS Surabaya.

Penyusun menyadari akan adanya kelemahan dan kekurangan dalam skripsi ini, maka dengan rendah hati penyusun mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi terciptanya skripsi yang baik.

Surabaya, 24 Juli 2015

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK / RINGKASAN.....	xiv
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	14
2.3 Kerangka Pemikiran .....	23
2.4 Hipotesis Penelitian .....	23
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	24
3.2 Batasan Penelitian .....	25
3.3 Identifikasi Variabel .....	25
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	26
3.5 Instrumen Penelitian .....	30
3.6 Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	34
3.8 Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV    GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian .....	43
4.2 Analisis Data .....	46
4.3 Pembahasan .....	59

BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan .....	62
	5.2 Keterbatasan Penelitian .....	63
	5.3 Saran .....	63

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Data Hasil Top Brand Index Smartfren Andromax 2012-2014	2
Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	12
Tabel 2.2 : Kekuatan dan Kelemahan Jenis-Jenis Media Iklan	16
Tabel 3.1 : Skala Interval	29
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Kuisioner	30
Tabel 3.3 : Uji <i>Goodness Of Fit Indices</i>	42
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Menurut Usia	44
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	45
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	46
Tabel 4.4 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Iklan	47
Tabel 4.5 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Potongan Harga	48
Tabel 4.6 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Citra Toko	49
Tabel 4.7 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Niat Beli	49
Tabel 4.8 : Hasil Uji <i>Reliability Construct</i>	53
Tabel 4.9 : Hasil Uji Normalitas Data	54
Tabel 4.10 : Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Sesudah Model Modifikasi	56
Tabel 4.11 : Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung	57

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Skema Kerangka Pemikiran Jurnal Penelitian Acuan	10
Gambar 2.2 : Skema Kerangka Pemikiran Jurnal Penelitian Pendukung	12
Gambar 2.3 : Skema Kerangka Pemikiran Penelitian	23
Gambar 4.1 : Gambar Uji <i>Convergent Validity</i> Iklan	51
Gambar 4.2 : Gambar Uji <i>Convergent Validity</i> Potongan Harga	51
Gambar 4.3 : Gambar Uji <i>Convergent Validity</i> Citra Toko	52
Gambar 4.4 : Gambar Uji <i>Convergent Validity</i> Niat Beli	52
Gambar 4.5 : Gambar <i>Measurement Model</i>	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Responden Dan Tabulasi Data

Lampiran 3 : Deskriptif Penelitian

Lampiran 4 : Uji Analisis Faktor Konfirmatori (*convergent validity*)

Lampiran 5 : Uji *reliability Construct*

Lampiran 6 : Uji Normalitas Data

Lampiran 7 : Uji *Measurement Model*

Lampiran 8 : Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

**EFFECT OF ADVERTISING AND DISCOUNTS ON STORE IMAGE AND  
ITS IMPACT ON CONSUMER PURCHASE INTENTION OF  
SMARTFREN ANDROMAX PRODUCTS  
IN SURABAYA**

Galih Wahyu Utomo  
Student of Marketing Management  
STIE Perbanas Surabaya  
Email: [galihwahyu407@gmail.com](mailto:galihwahyu407@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Mobile phone is a very important thing for most people to communicate. Mobile phone at first was considered a luxury item, as well as the only person among the top economies can have it. But along with the time running, mobile phones become the primary goods and easy to purchase. And make the company develop its product into the Smartphone product currently favored by many people. The aim of this study is to test and analyze the significance of Advertising and Discounts to Store Image and its impact on consumers Purchase Intention of Smartfren Andromax product. The number of respondents in this research were 100 respondents in Surabaya by distributing questionnaires. Sampling collection technique is using Sampling Judgmental technique. The analysis technique used is SEM and it is using analytical tools AMOS.18. Results of this study are Advertising has significant effect on Store Image, Discounts has significant effect on the Store Image. Store Image has significant influence on Purchase Intention and Advertising has significant influence on Purchase Intention.*

*Keywords: Advertising, Discounts, Store Image, Purchase Intention*