

**PENGARUH CITRA TOKO DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP INTENSITAS PEMBELIAN
PADA SATELLITE CELLULAR**

SKRIPSI

Oleh :

CINDY OKTAVIANI

201510325106



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Toko dan Promosi Penjualan
Terhadap Intensitas Pembelian Pada Satellite
Cellular

Nama Mahasiswa : Cindy Oktaviani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325106

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019



Jakarta, 30 Juli 2019

MENYETUJUI,
Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Widi Winarso', is written over the watermark logo. The signature is fluid and cursive.

Widi Winarso, S.E., M.M.

NIDN 0319067606

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Intensitas Pembelian pada Satellite Cellular
Nama Mahasiswa : Cindy Oktaviani
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325106
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019

Jakarta, 30 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN 0325057908

Penguji I : Widi Winarso, S.E., M.M.

NIDN 0319067606

Penguji II : Andrian, S.E., M.M.

NIDN 0321077102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

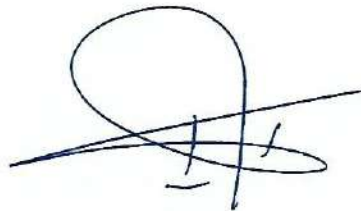


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M.

NIDN 0316066201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Intensitas Pembelian pada Satellite Cellular”** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



Cindy Oktaviani

201510325106

ABSTRAK

Cindy Oktaviani. 201510325106. Pengaruh Citra Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Intensitas Pembelian pada Satellite Cellular.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra toko (X1) dan promosi penjualan (X2) terhadap intensitas pembelian (Y) pada satellite Cellular. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei, dimana populasi pada penelitian ini adalah konsumen satellite cellular yang berjumlah 70 orang dengan menggunakan tehnik *Accidental Sampling*. Hasil perhitungan pada penelitian ini menggunakan program SPSS Statistik 17.0. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel citra toko (X1) dan promosi penjualan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap intensitas pembelian (Y) karena F hitung 42,496 lebih dari F tabel 3,13. Sedangkan hasil uji T menunjukkan bahwa variabel citra toko (X1) berpengaruh secara parsial karena didapatkan nilai T hitung sebesar 4,928 lebih dari T tabel 1,996 dan variabel promosi penjualan juga berpengaruh secara parsial karena didapatkan nilai T hitung sebesar 2,958 lebih dari T tabel 1,996. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi R square sebesar 0,559. Hal ini berarti 55,9% Intensitas Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Citra Toko dan Promosi Penjualan, sedangkan sisanya yaitu 44,1% Intensitas Pembelian di pengaruhi oleh variabel – variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Citra Toko, Promosi Penjualan, Intensitas Pembelian

ABSTRACT

Cindy Oktaviani. 201510325106. Effect of Store Image and Sales Promotion on Purchase Intensity on Satellite Cellular.

This study aims to determine how much influence the store image (X1) and sales promotion (X2) have on the intensity of purchases (Y) on Cellular satellites. This research is a quantitative study with a survey method, where the population in this study is a satellite cellular consumer with a total of 70 people using an accidental sampling technique. The calculation results in this study using the SPSS Statistics program 17.0. The results of the F test show that the store image variable (X1) and sales promotion (X2) have a simultaneous effect on the intensity of purchases (Y) because F count is 42,496 more than F table 3.13. While the results of the T test indicate that the store image variable (X1) has a partial effect because it is calculated T count of 4.928 more than T table 1.996 and the sales promotion variable also partially influences because the T value is 2.958 more than T table 1.996. While the test results of the R square determination coefficient of 0.559. This means that 55.9% of Purchase Intensity can be explained by Store Image and Sales Promotion variables, while the rest is 44.1% Purchase Intensity influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Shop Image, Sales Promotion, Purchase Intensity

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata 1 pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dari hati yang paling dalam penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M Fadhli Nursal, S.E, M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Haryudi Anas, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak Subiantoro dan mama Handayani yang selalu mendoakan dan memberi semangat serta melakukan kewajibannya dengan teramat baik memberikan dukungan, baik moril maupun materil yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman Marketing kelas 8A1 Manajemen yang telah mendoakan dan membantu dalam penyusunan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan.

Jakarta, 30 Juli 2019

Penulis

Cindy Oktaviani

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 . Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Citra Toko.....	6
2.1.1 Dimensi Citra Toko.....	6
2.1.2 Suasana Toko	8
2.1.3 Indikator Citra Toko.....	8
2.2 Promosi.....	9
2.2.1 Definisi Promosi	9
2.2.2 Promotional Mix	9
2.2.3 Tujuan Promosi	15
2.3 Concuemer Promotion dan Dealer Promotion	16
2.4 Intensitas Pembelian	17
2.4.1 Aspek Intensi.....	17
2.4.2 Indikator Intensi Pembelian	18
2.4.3 Tahapan respon dalam model <i>Hierarchy of effect</i>	19
2.5 Penelitian Terdahulu	20
2.6 Kerangka Pemikiran	27

2.6.1	Pengaruh citra toko terhadap intensitas pembelian.....	27
2.6.2	Pengaruh promosi terhadap intensitas pembelian.....	28
2.6.3	Terdapat Pengaruh citra toko, promosi secara bersama-sama terhadap intensitas pembelian.....	28
2.7	Hipotesis.....	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 30

3.1	Desain Penelitian	30
3.2	Tahapan Penelitian	30
3.3	Model Konseptual Penelitian	32
3.4	Operasional Variabel	34
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	35
3.6	Metode Pengambilan Sampel	36
3.6.1	Populasi	36
3.6.2	Sampel	36
3.7	Metode Analisis Data	36
3.7.1	Uji Validitas.....	37
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	38
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	38
3.7.3.1	Uji Normalitas	38
3.7.3.2	Uji Multikoleniaritas	39
3.7.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	39
3.7.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.7.3.5	Uji Parsial	40
3.7.3.6	Uji Simultan.....	41
3.7.3.7	Uji Koefisien Determinasi	41

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Defini Operasional Variabel X1, X2 dan Y.....	34



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian.....	32

