

SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PERIKLANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA DNI SKINCENTER GRESIK



Diajukan Oleh :

LAZUARDI SUWARTA

NIM: 2016020048

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2021

SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PERIKLANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA DNI SKINCENTER GRESIK

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S. M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Gresik



Diajukan Oleh :

LAZUARDI SUWARTA

NIM: 2016020048

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2021

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DNI SKINCENTER GRESIK

Lazuardi Suwarta

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari promosi penjualan dan periklanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada DNI Skincenter Gresik. Penelitian ini sendiri menggunakan metode eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Sampling yang diambil sebanyak 110 pelanggan DNI Skincenter Gresik dari 150 populasi dengan menggunakan rumus slovin. Pengumpulan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan metode *accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah kuisisioner (angket). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen (uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik), analisa regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah variable promosi penjualan dan periklanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara persial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada DNI skincenter Gresik. Dengan kontribusi *Adjuster R Square* sebesar 29,6% yakni keputusan pembelian dipengaruhi oleh promosi penjualan dan periklanan, sedangkan sisanya 70,4% di pengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Periklanan & Pembelian Konsumen

***THE EFFECT OF SALES PROMOTION AND ADVERTISING ON
CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT DNI SKINCENTER GRESIK***

Lazuardi Suwarta

Management Study Program, Faculty of Economics, University of Gresik

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of sales promotion and advertising on consumer purchasing decisions at DNI Skincenter Gresik. This research itself uses an explanatory method with a quantitative approach. Sampling was taken as many as 110 DNI Skincenter Gresik customers from 150 populations using the slovin formula. Sample collection was carried out by the method non-Probability sampling with the accidental sampling method is a technique of determining the sample based on chance. The data collection method used is a questionnaire (questionnaire). The analytical methods used in this research are instruments (validity test, reliability test and classical assumption test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing using SPSS. The results of this study are the variables of sales promotion and advertising have an effect on purchasing decisions partially and simultaneously have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at DNI skincenter Gresik. With the contribution of Adjuster R Square of 29.6%, the purchase decision is influenced by sales promotion and advertising, while the remaining 70.4% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Sales Promotion, Advertising & Consumer Purchase

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PERIKLANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA DNI SKINCENTER GRESIK

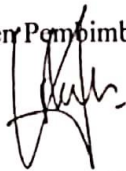
SKRIPSI

Diajukan oleh:

LAZUARDI SUWARTA
NIM : 2016020048

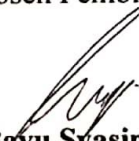
Pada Tanggal : 16 Agustus 2021

Dosen Pembimbing I



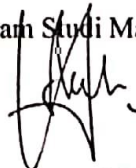
(Denny Astanto, S.E., M.M.)
NIDN: 0720107402

Dosen Pembimbing II



(Niswan Bayu Syasindy, S.E M.M.)
NIDN : 0720079202

Ketua Program Studi Manajemen



(Denny Astanto, S.E., M.M.)
NIDN: 0720107402

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PERIKLAMAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA DNI SKINCENTER GRESIK

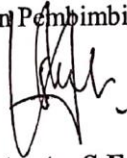
SKRIPSI

Diajukan oleh:

LAZUARDI SUWARTA
NIM : 2016020048

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan telah direvisi sebagaimana
Disarankan oleh Tim Penguji
Pada Tanggal : 16 Agustus 2021

Dosen Pembimbing



(Denny Astanto, S.E., M.M.)
NIDN: 0720107402

Dosen Penguji I



(Niswan Bayu Syasindy, S.E M.M.)
NIDN : 0720079202

Dosen Penguji II



(Rachmad Ilham, S. Ant, M.PSDM.,HC.)
NIDN : 0723079203

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi



(Firdaus Indrajaya Tuharea, S.E., M.Si.)
NIDN: 0023057801

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI/TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : LAZUARDI SUWARTA
NIM : 2016020048
Program Studi : MANAJEMEN
Jenjang : S-1 / S-2

Menyatakan bahwa Skripsi/Tesis yang saya buat dengan judul :

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PERIKLANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DNI SKINCENTER GRESIK

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya dalam naskah skripsi/tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi/tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiarasi, saya bersedia skripsi/tesis ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, 16 SEPTEMBER 2021

Yang menyatakan,



LAZUARDI SUWARTA

*) Tanda tangan di atas materai

*) Penulisan harus jelas dan menggunakan huruf Capital / Balok

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim,,,

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan nikmat dan karunia-Nya, serta sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DNI SKINCENTER GRESIK”** sebagai salah satu syarat untuk lanjut ke Skripsi.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak bantuan yang telah diberikan dari berbagai pihak, baik berupa material, maupun spriritual. Selanjutnya penulis haturkan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sukiyat, S.H., M.Si. selaku Rektor di Universitas Gresik.
2. Bapak Firdaus Indrajaya Tuharea., SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Denny Astanto, S.E., M.M, selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
4. Bapak Denny Astanto, S.E., M.M, Selaku Dosen Pembimbing I di Universitas Gresik, yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
5. Bapak Niswan Bayu Syasindy, S.E., M.M, Selaku Dosen Pembimbing II di Universitas Gresik, yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
6. Orang tuaku, serta saudara-saudaraku semuanya yang telah memberikan doa, semangat dan dorongannya atas perjalanan kuliahku hingga terselesaikanskripsi ini.

7. Sahabat-sahabatku yakni M. Arif Faizun & Denis Bayuandra di Universitas Gresik yang telah turut serta memberikan semangat dan kerjasama yang baik dan dukungannya selama perkuliahan hingga proses skripsi.
8. Manajemen DNI SKIN CENTER Gresik beserta jajarannya, yang telah memberikan izin dan sumbangsih saran dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian proposal skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan waktu, pengetahuan, pengalaman dan lainnya. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan maupun informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Gresik, 31 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN -----	i
SAMPUL DALAM -----	ii
ABSTRAK -----	iii
ABSTRACT -----	iv
LEMBAR PERSETUJUAN -----	v
LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI -----	vi
KATA PENGANTAR -----	vii
DAFTAR ISI -----	ix
DAFTAR TABEL -----	xi
DAFTAR GAMBAR -----	xii
DAFTAR LAMPIRAN -----	xiii
BAB I : PENDAHULUAN -----	1
1.1 Latar Belakang -----	1
1.2 Rumusan Masalah -----	4
1.3 Tujuan Penelitian -----	4
1.4 Manfaat Penelitian -----	5
1.4.1 Teoritis -----	5
1.4.2 Praktis -----	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA -----	7
2.1 Landasan Teori -----	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran -----	7
2.1.2 Strategi Pemasaran -----	8
2.1.3 Bauran Pemasaran -----	10
2.1.4 Bauran Promosi -----	12
2.1.5 Menentukan Bauran Promosi -----	12
2.1.6 Factor – Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi -----	13
2.1.7 Promosi Penjualan -----	15
2.1.8 Periklanan -----	20
2.1.9 Keputusan Pembelian Konsumen -----	23
2.2 Penelitian Terdahulu -----	27
2.3 Kerangka Konseptual -----	31
2.4 Hipotesis -----	32
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN -----	33
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian -----	33

3.2 Definisi Operasional Variabel -----	33
3.3 Indikator Variabel Penelitian -----	34
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel -----	37
3.4.1 Populasi -----	37
3.4.2 Sampel -----	37
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel -----	38
3.5 Metode Pengumpulan Data -----	39
3.5.1 Jenis Data -----	39
3.5.2 Tingkat Data -----	39
3.5.3 Sumber Data -----	42
3.6 Metode Analisis Data -----	43
3.6.1 Uji Validitas -----	43
3.6.2 Uji Reliabilitas -----	44
3.6.3 Uji Asumsi Klasik -----	45
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda -----	48
3.6.5 Uji Hipotesis -----	49
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN -----	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian -----	52
4.2 Waktu Penelitian -----	54
4.3 Hasil Penelitian -----	55
4.3.1 Statistik Deskriptif -----	55
4.3.2 Uji Validitas -----	60
4.3.3 Uji Reliabilitas -----	63
4.3.4 Uji Asumsi Klasik -----	64
4.3.5 Analisa Regresi Linier Berganda -----	72
4.3.6 Uji Hipotesis -----	73
4.3.7 Pembahasan Dan Hasil Penelitian -----	78
BAB V : PENUTUP -----	80
5.1 Kesimpulan -----	80
5.2 Saran -----	81
DAFTAR PUSTAKA -----	84
LAMPIRAN -----	86

DAFTAR TABEL

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu -----	27
3.1 Indikator Variabel X Dan Y -----	35
3.2 Skala Pengukuran Data Variabel -----	40
3.3 Skala Pengukuran -----	40
3.4 Data Interpretasi Skor Rata-rata -----	42
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin -----	55
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia -----	56
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan -----	57
4.4 Statistik Deskripsi Variabel Promosi Penjualan -----	58
4.5 Statistik Deskripsi Variabel Periklanan -----	59
4.6 Statistik Deskripsi Variabel Pembelian Konsumen -----	60
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan -----	61
4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Periklanan -----	62
4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Konsumen -----	63
4.10 Hasil Uji Realibilitas -----	64
4.11 Kolmogrov-Smirnov -----	65
4.12 Uji Autokorelasi Durbin Watson -----	67
4.13 Uji Multikolinearitas -----	70
4.14 Uji Linearitas (Promosi Penjualan Dengan Keputusan Pembelian Konsumen) -----	71
4.15 Uji Linearitas (Periklanan Dengan Keputusan Pembelian Konsumen) --	72
4.16 Analisis Regresi Linier Berganda -----	73
4.17 Uji F -----	75
4.18 Uji t -----	77
4.19 Analisa Determinasi -----	79

DAFTAR GAMBAR

2.1 Proses Keputusan Pembelian -----	24
2.2 Model Kerangka Konseptual -----	31
3.1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F -----	50
3.2 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-t -----	51
4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas – Grafik <i>ScatterPlot</i> -----	68
4.2 Kurva Uji F -----	76
4.3 Kurva Uji t Variabel Promosi Penjualan -----	78
4.4 Kurva Uji t Variabel Periklanan -----	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	-----	83
Lampiran 2	-----	88
Lampiran 3	-----	89
Lampiran 4	-----	90
Lampiran 5	-----	91
Lampiran 6	-----	92
Lampiran 7	-----	99