

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA TOKO, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *OFFLINE STORE SNEAKER*
ZONE DI SURABAYA**



OLEH :

LOURDES NATASYA MAGNO

18110018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2022

SKRIPSI

PENGARUH CITRA TOKO, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *OFFLINE STORE SNEAKER*
ZONE DI SURABAYA



OLEH :

LOURDES NATASYA MAGNO

18110018

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2022

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



**PENGARUH CITRA TOKO, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OFFLINE
STORE SNEAKER ZONE DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

LOURDES NATASYA MAGNO
18110018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lourdes Natasya Magno

NPM : 18110018

Alamat Asli : Jl. Strawberry Raya Blok A No 96, Kel.Panarung,Kec.
Pahandut

No.Identitas (KTP) : 3507174212980004

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

“Pengaruh Citra Toko, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Pada *Offline Store Sneaker Zone* Di Surabaya” merupakan hasil karya saya sendiri

yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam

bentuk jurnal, atau bentuk lain. Skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil kerja saya dan

seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan

sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah

memberikan kontribusi pemikiran pada isi. Apabila kemudian hari terbukti saya telah

melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah hasil pemikiran

saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas

Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab.

Surabaya, 21 Januari 2022

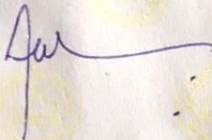


Lourdes Natasya Magno

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

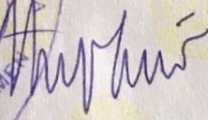
Nama : Lourdes Natasya Magno
NPM : 18110018
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Toko, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Offline Store Sneaker Zone* Di Surabaya

**Pembimbing,
Tanggal : 21 Januari 2022**



(Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.)

**Mengetahui,
Ketua Program Studi
Tanggal : 21 Januari 2022**



(Dr. Thyphoida W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh **LOURDES NATASYA MAGNO** dengan **NPM 18110018**

Telah diuji pada Selasa, 25 Januari 2022

Dinyatakan **LULUS** oleh :

Ketua Tim Penguji



Drs. Ec. Bruno Hami Pahar, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Lilik Indrawati, S.E., M.M.

Ketua Program Studi



Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH CITRA TOKO, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *OFFLINE STORE SNEAKER ZONE* DI
SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari Selasa Tanggal 25 Bulan Januari Tahun 2022

Disusun Oleh:

Nama : Lourdes Natasya Magno

NPM : 18110018

Fakultas : Ekonomi

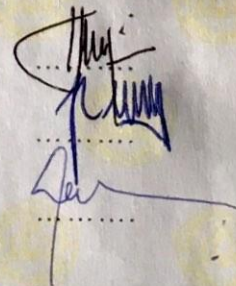
Program Studi : Manajemen

Tim Penguji:

Ketua : Drs. Ec. Bruno Hami Pahar, M.M.

Anggota : 1. Deograsias Yoseph Y.F, S.E., M.M.

2. Dr.V.Ratna Inggawati, M.M.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa oleh karena penyertaannya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Toko, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Offline Store Sneaker Zone* Di Surabaya”** dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi peneliti dalam mencapai tingkat Sarjana Manajemen (S.M.) program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Peneliti sangat berterimakasih kepada seluruh pihak yang ikut serta membantu dalam proses Penelitian skripsi ini khususnya selama perkuliahan, yaitu kepada:

1. Rm. Adrian Adirejo, S.TL., M.A., STD selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Lilik Indrawati, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika dan selaku dosen pembimbing perkuliahan yang selalu sabar dalam membimbing serta memberikan ilmu dan nasihat yang baik kepada peneliti.
3. Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
4. Dr. V. Ratna Inggawati, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membantu dan memberikan arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
5. Drs. Bruno Hami Pahar, M.M., selaku dosen ketua penguji skripsi peneliti yang menyediakan bersedia menyediakan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan selama penelitian skripsi.





6. Deograsias Yoseph Y.F, S.E., M.M., selaku dosen penguji yang tiada henti mengingatkan peneliti untuk tetap bersemangat dalam menghadapi kesulitan dalam masa perkuliahan.
7. Papico, Mamita, William selaku Orang tua dan adik tercinta Peneliti yang telah banyak menerima semua kekurangan peneliti, memberikan banyak dukungan dan doa serta selalu sabar menasihati dan selalu berjuang bagi pendidikan peneliti.
8. Paulinus Juniart Gelang, Bapak, Mama, Jo, dan Intan selaku keluarga tercinta yang telah memberikan doa, semangat, dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan pendidikan sarjana.
9. Ce Cindra, Helen, Lidia Kaat, Inka, Priska, Ka Elvi, Onya, Novan selaku sahabat dekat yang menemani peneliti dalam berjuang bersama menyelesaikan skripsi hingga tertawa dan menangis bersama dalam mengejar pendidikan sarjana hingga selesai, dan Rohee (mintong) selaku penghibur dikala lelah mengerjakan skripsi.
10. Mas Anang, Mas Wahyu, Mas Setiawan dan Mas Joshua selaku pihak manajemen Sneaker Zone Surabaya dan pihak manajemen yang telah membantu Peneliti dalam menyediakan tempat sebagai objek dalam penelitian skripsi.
11. Seluruh teman – teman angkatan 2018 Universitas Katolik Darma Cendika yang berjuang bersama peneliti untuk menyelesaikan pendidikan sarjana.
12. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me never quitting for just being me at all time.*



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Peneliti berharap adanya kritik dan saran dari pembaca, guna menyempurnakan hasil penelitian peneliti. Skripsi ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi para peneliti lainnya untuk dapat diolah melalui penelitian yang akan datang, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Surabaya,

Peneliti

DAFTAR ISI

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Citra Toko	7
2.1.1.1. Pengertian Citra Toko	7
2.1.1.2 Indikator Citra Toko.....	7
2.1.1.3 Kepribadian Citra Toko.....	8
2.1.2. Harga.....	9
2.1.2.1. Pengertian Harga	9
2.1.2.2 Indikator Harga	9
2.1.2.3 .Penyesuaian Harga	10
2.1.2.4. Strategi Penetapan Harga	12
2.1.3. Promosi.....	12
2.1.3.1. Pengertian Promosi	12
2.1.3.2. Indikator Promosi.....	13
2.1.3.3. Tujuan Promosi	13



2.1.3.4. Cara Promosi Penjualan	14
2.1.4. Keputusan Pembelian	15
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4.2. Peran Dalam Keputusan Pembelian	16
2.1.4.3. Indikator Keputusan Pembelian	16
2.2. Pengaruh Antar Variabel	17
2.2.1. Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian	17
2.2.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	17
2.2.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.3. Penelitian Terdahulu	18
2.3.1. Penelitian Sundara (2020) Dengan Judul “Pengaruh Citra Toko Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ramayana Department Store Depok.....	18
2.3.2. Penelitian Bujung (2020) Dengan Judul “Pengaruh Suasana Toko Dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tekstil Kawangkoan”	19
2.3.3. Penelitian Sari dkk (2020) Dengan Judul “ Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U”	20
2.3.4. Penelitian Puspadewi (2020) Dengan Judul “Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Buku Diskon Togamas Kotabaru Yogyakarta.....	22
2.3.5. Penelitian Mandak (2021) Dengan Judul “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Dapur Sedap Om Dol di Manado.....	23
2.3.6. Penelitian Istighfarin dkk (2021) Dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Mc Donald’s</i> Taman Pinang Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19”	24
2.4. Rerangka Pemikiran.....	26
2.5. Kerangka Konseptual.....	27
2.6. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Obyek Penelitian.....	28
3.2. Pendekatan Penelitian Dan Sumber Data	28
3.2.1. Pendekatan Penelitian.....	28



3.2.1. Sumber Data	28
3.3. Variabel Penelitian.....	29
3.3.1. Variabel Independen(X)	29
3.3.2. Variabel Dependen (Y).....	29
3.4. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukurannya.....	29
3.4.1. Citra Toko.....	30
3.4.2. Harga	30
3.4.3. Promosi.....	31
3.4.4. Keputusan Pembelian	32
3.5. Populasi Dan Sampel.....	32
3.5.1. Populasi.....	32
3.5.2. Sampel.....	32
3.6. Metode dan Teknik Analisa Data	33
3.6.1. Metode Penelitian	33
3.6.2. Skala Pengukuran Variabel.....	34
3.7. Teknik Analisa Data	35
3.7.1. Uji Validitas	35
3.7.2. Uji Reliabilitas	35
3.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.3.1. Uji Normalitas	36
3.7.3.2. Uji Multikolinearitas	36
3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.7.4. Uji Regresi Linear Berganda.....	36
3.7.5. Uji Kelayakan Model (Uji F)	37
3.7.6. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	37
3.7.7. Uji Hipotesis.....	38
3.7.7.1. Uji t.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN..... 40

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	40
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	40
4.1.2. Visi Misi Perusahaan	41
4.1.3. Struktur Organisasi	42
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	44



4.2.1. Karakteristik Responden.....	44
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden.....	47
4.3. Pembahasan dan Analisa Data.....	52
4.3.1. Uji Validitas.....	52
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	53
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	54
4.3.3.1. Uji Normalitas	54
4.3.3.2. Uji Multikolinearitas	55
4.3.3.3. Uji Heteroskedastisitas	55
4.3.3.4. Uji Regresi Linear Berganda.....	56
4.3.3.5. Uji Kelayakan Model (U _i F).....	58
4.3.3.6. Uji Koefisien Determinasi.....	59
4.3.3.7. Uji t.....	59
BAB V HASIL PENUTUP	65
5.1. Simpulan.....	65
5.2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



2.1 Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Saat Ini I.....	19
2.2 Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Saat Ini II	20
2.3 Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Saat Ini III	21
2.4 Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Saat Ini IV	22
2.5 Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Saat Ini V	24
2.6 Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Saat Ini VI.....	25
3.1 Interpretasi Koefisien Korelasi	38
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.4. Rata – Rata Jawaban Responden Terhadap Variabel X1.....	47
4.5. Rata – Rata Jawaban Responden Terhadap Variabel X2.....	49
4.6. Rata – Rata Jawaban Responden Terhadap Variabel X3.....	50
4.7. Rata – Rata Jawaban Responden Terhadap Variabel Y.....	51
4.8. Hasil Uji Validitas.....	53
4.9. Hasil Uji Reliabilitas	54
4.10. Hasil Uji Multikolinearitas	55
4.11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
4.12. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	58
4.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59
4.14. Hasil Uji t.....	60



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

2.4 Rerangka Pemikiran.....	26
2.5 Kerangka Konseptual.....	27
4.1. Struktur Organisasi <i>Sneaker Zone</i>	42
4.2. Hasil Uji Normalitas	54
4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
4.4. Kurva Uji t Citra Toko (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	60
4.5. Kurva Uji t Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ...	62
4.6. Kurva Uji t Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).	63

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Rekapitulasi Data Karakteristik Responden.
- Lampiran 3 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Uji Distribusi Frekuensi
- Lampiran 5 Rata – Rata Jawaban Responden
- Lampiran 6 Uji Validitas
- Lampiran 7 Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 10 Uji F
- Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 12 Uji t
- Lampiran 13 Tabel R
- Lampiran 14 Tabel F
- Lampiran 15 Tabel t

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.





Oleh:

Lourdes Natasya Magno

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel citra toko, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *Offline Store Sneaker Zone* di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data pada Penelitian ini bersumber dari kuesioner yang dibagikan kepada 75 responden terpilih, yaitu responden yang telah melakukan pembelian > 1 kali. Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *likert*.

Hasil uji validitas dalam Penelitian ini menghasilkan r hitung > r table dengan tingkat signifikan 0,05 dan semua item/butir pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini reliabel dengan menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Uji normalitas menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas dan data menunjukkan pola distribusi normal. Uji multikolinearitas pada penelitian ini menghasilkan *tolerance value* > 0,10 dan nilai VIF < 10, dimana tidak terdapat gejala multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menunjukkan dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji regresi regresi linear berganda yaitu , $Y = 4,606 + 0,822 X_1 + 0,405 X_2 + 0,046 X_3$. Hasil uji F menghasilkan nilai Sig, $000 < 0,05$ atau nilai $F_{hitung} 51,826 > F_{tabel} 2,73$ dimana model regresi dalam penelitian ini layak untuk diuji. Uji koefisien determinasi menghasilkan *Adjust R Square* sebesar 0,673 yang menunjukkan variabel X berkontribusi pada tingkat hubungan kuat terhadap variabel Y. Variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Offline Store Sneaker Zone* di Surabaya sedangkan, variabel citra toko, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Offline Store Sneaker Zone* di Surabaya dengan menghasilkan $t_{hitung} (2,670) > t_{tabel} (1,993)$ dengan tingkat signifikan $(0,000) < (0,05)$, dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Offline Store Sneaker Zone* di Surabaya dengan menghasilkan $t_{hitung} (2,128) > t_{tabel} (1,993)$ dengan tingkat signifikansi $(0,03) < (0,05)$.S

Kata Kunci: Citra Toko, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.



By:

Lourdes Natasya Magno

This research aims to find out the influence of variable store image, price, and promotion on purchasing decisions at offline store sneaker zone in Surabaya. This research uses a quantitative approach. The data on this study was sourced from questionnaires distributed to 75 selected respondents, namely respondents who had made purchases > 1 time. The sample collection technique in this study is *non probability* sampling with a *purposive sampling* approach. The data in the study was measured using the *likert* scale.

The results of the validity test in this study resulted in a > r table with a significant level of 0.05 and all items / items of statements in this study were declared valid. Reliability test results showed that the variables in the study were reliable by showing a *Cronbach Alpha* value > 0.60. Normality tests showed that regression models in the study met assumptions of normality and the data showed normal distribution patterns. The multicollinearity test in this study produced a *tolerance value* of > 0.10 and a VIF value of < 10, where there were no symptoms of multicollinearity. Heteroskedasticity tests showed in this study non heteroskedasticity. Multiple linear regression tests i.e., $Y = 4.606 + 0.822 X_1 + 0.405 X_2 + 0.046 X_3$. The F test resulted in a Sig value, $000 < 0.05$ or a calculated F value of $51,826 > F$ table 2.73 where the regression model in the study is worth testing. The determination coefficient test resulted in an *Adjust R Square* of 0.673 which showed variable X contributed at a strong relationship level to variable Y. Promotional variables had no effect on purchasing decisions at the Offline Store Sneaker Zone in Surabaya meanwhile, the variable image of the store, significantly affects the purchase decision at the Offline Store Sneaker Zone in Surabaya by producing $t_{count}(2,670) > t_{tabel}(1,993)$ with a significant level $(0.000) \leq (0.05)$, and price variables significantly affect the purchase decision on the Offline Store Sneaker Zone in Surabaya by producing $t_{count}(2,128) > t_{tabel}(1,993)$ with a level of significance $(0.03) < (0.05)$.

Keywords: Store Image, Price, Promotion, Purchase Decision