

**PENGARUH *PRICE*, PROMOSI DAN SUASANA TOKO TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *CUSTOMER* DI GIANT RAJAWALI  
SURABAYA**



**Oleh :**

**Faiq Amalia Izati**

**NPM : 16.1.02.10584**

**Program Studi : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2021**

**PENGARUH *PRICE*, PROMOSI DAN SUASANA TOKO TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *CUSTOMER* DI GIANT RAJAWALI  
SURABAYA**



**Oleh :**

**Faiq Amalia Izati**

**NPM : 16.1.02.10584**

**Program Studi : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2021**

**PENGARUH *PRICE*, PROMOSI DAN SUASANA TOKO TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *CUSTOMER* DI GIANT RAJAWALI  
SURABAYA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi: Manajemen**

**Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**FAIQ AMALIA IZATI**

**NPM:16.1.02.10584**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2021**

**PENGARUH PRICE, PROMOSI DAN SUASANA TOKO TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CUSTOMER DI GIANT RAJAWALI  
SURABAYA**

**Dipersiapkan dan Disusun Oleh:**

**FAIQ AMALIA IZATI**

**NPM: 16.1.02.10584**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Pada Tanggal 21 Juni 2021**

**Susunan Tim Penguji:**

**Ketua : Dr. Nur Laily, M.Si.**

**Anggota : 1. Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.**

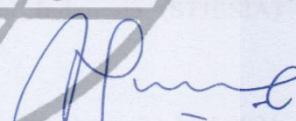
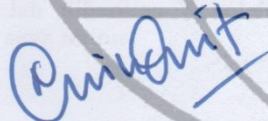
**2. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.**

**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima**

**Oleh:**

**Dosen Pembimbing,**

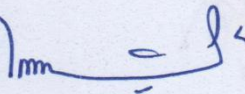
**Ketua Program Studi S1 Manajemen,**



**Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.**

**Dr. Suwitho, M.Si.**

**Ketua STIESIA**



**Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Faiq Amalia Izati**

N.P.M : **16.1.02.10584**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“ PENGARUH PRICE PROMOSI DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CUSTOMER DI GIANT RAJAWALI SURABAYA “**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 21 Juni 2021 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 21 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan,



**Faiq Amalia Izati**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Faiq Amalia Izati  
NPM : 16.1.02.10584  
Program Studi : S1-Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya/ 18 Februari 1998  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 3 Bersaudara/ Anak ke-2  
Alamat Ruma : Jl. Simo Gunung IV / 25c Surabaya  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Suprpto  
Alamat Rumah : Jl. Simo Gunung IV / 25c Surabaya  
Pekerjaan/Jabatan : Wirausaha

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Banyu Urip VI/367 Surabaya Tahun 2010
2. Tamat SLTP di SMP Kawung 2 Surabaya Tahun 2013
3. Tamat SLTA di SMK Giki 1 Surabaya Tahun 2016
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-IX	2016-2021	Manajemen

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
2020-2021	CV. Aneka Jaya Bearing	<i>Administrasi</i>	<i>Administrasi</i>

Dibuat dengan sebenarnya,

**Faiq Amalia Izati**

## KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Warahmatullah. Wabarakatuh.**

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul

**“ PENGARUH *PRICE* PROMOSI DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *CUSTOMER* DI GIANT RAJAWALI SURABAYA “**

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku ketua dari SekolahTinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Bapak Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dr. Anindhyta Budiarti, S.E., M.M.selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia menyediakan waktunya yang sangat berharga untuk membimbing penulis selama menyusun skripsi. Terimakasih atas segala masukan, dan nasihat yang telah diberikan selama ini.

4. Ibu Dewi Maryam, S.E.,M.M. selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan selama sembilan semester.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajar dan mendidik peneliti, serta Staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah membantu peneliti dalam mengurus segala kebutuhan administrasi dan lain-lain.
6. Kepada Bapak Heru Prayogo selaku store manager di Giant Supermarket Rajawali yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Untuk kedua Orang tua saya tercinta atas segala bentuk kasih sayang, cinta, semangat, perhatian dukungan serta doanya yang tiada henti untuk mendoakan anaknya, serta saudara kandung saya kakak Devika Ayu Fajri dan Adek Miftachul Ulum terima kasih atas dukungan kalian dan doa kalian hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Untuk kakak tingkat dan teman-teman SM-6 2016 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu selama proses pengerjaan skripsi.
9. Untuk sahabat – sahabat saya yang selalu mensupport saya dalam keadaan apapun.
10. Dan semua pihak atau teman-teman saya yang mendukung dalam penulisan skripsi hingga selesai. Besar harapan penulis semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat dan bisa membantu untuk mengembangkan ilmu dan pengalaman di masa mendatang, terima kasih.

Karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tentu masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu segala kritik yang membangun saya terima dengan



senang hati. Besar harapan saya skripsi ini dapat bermanfaat serta mampu memberikan informasi dan pengetahuan kepada para pembaca.

**Wassalamualaikum Warahmatullah. Wabarakatuh.**

Surabaya, 21 Juni 2021

**Faiq Amalia Izati**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
<b>BAB 2 : TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Teoritis.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	9
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.5 <i>Price</i> (Harga).....	13
2.1.6 Promosi.....	16
2.1.7 Suasana Toko.....	20
2.1.8 Keputusan pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Rerangka Konseptual.....	31
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	32

2.4.1 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4.3 Pengaruh Susasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian.....	35
3.1.1 Jenis Penelitian.....	35
3.1.2 Gambaran Populasi.....	35
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	36
3.2.2 Teknik Sampling.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1 Sumber Data.....	37
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4.1 Variabel.....	38
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1 Uji Instrumen Data.....	44
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.5.3 Analisis Deskriptif.....	46
3.5.4 Uji instrumen.....	47
3.5.5 Uji Goodnes Of Fit.....	48
3.5.6 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.7 Uji Hipotesis (Uji t).....	51
<b>BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	54
4.2 Analisis Deskriptif.....	56
4.2.1 Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan <i>Price</i> (PC).....	57
4.2.2 Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Promosi (Pm).....	58
4.2.3 Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Suasana Toko (St).....	60
4.2.4 Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Pembelian (Kp).....	61

4.3 Uji instrumen.....	63
4.3.1 Uji validitas.....	63
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	65
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.5.1 Uji Normalitas.....	67
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	69
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	70
4.5.4 Uji Kelayakan Model (Goodness Of Fit)1. Uji F.....	70
4.5.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	71
4.6.Pengujian Hipotesis (Uji t):.....	72
4.7 Pembahasan.....	74
4.7.1 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.7.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.7.3 Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
<b>BAB 5 : PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Keterbatasan.....	78
5.3 Saran.....	78
<b>JADWAL PENELITIAN.....</b>	<b>80</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 2 Skala Likert.....	44
Tabel 3 Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 5 Kelas Interval.....	56
Tabel 6 Distribusi Frekuensi berdasarkan Price.....	58
Tabel 7 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Promosi (Pm).....	59
Tabel 8 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Suasana Toko (ST).....	61
Tabel 9 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 10 Uji Validitas.....	64
Tabel 11 Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 12 Uji Regresi Linear Berganda Coefficients <sup>a</sup> .....	66
Tabel 13 Hasil Kolmogorov Smirnov.....	68
Tabel 14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	69
Tabel 15 Hasil Uji F.....	71
Tabel 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi & Koefisien Korelasi Berganda.....	72
Tabel 17 Hasil Uji t.....	73



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
GAMBAR 1 Rerangka Konseptual.....	32
GAMBAR 2 Grafik Garis Diagonal Pengujian Normalitas Data.....	68
GAMBAR 3 Grafik Pengujian Normalitas Data.....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
LAMPIRAN 1 Kuisisioner Penelitian.....	86
LAMPIRAN 2 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner.....	87
LAMPIRAN 3 Hasil Output SPSS Versi 20.....	89
LAMPIRAN 4 Persyaratan Skripsi.....	97

