

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG

DI MEDIASI OLEH MINAT BELI KONSUMEN

ROXY SWALAYAN ENDE

SKRIPSI

Di Ajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



OLEH

**ROSWITA MEME
2016410017**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS FLORES**

ENDE

2021

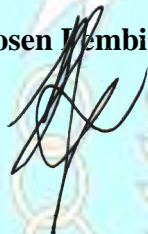
LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : ROSWITA MEME
NIM : 2016410017
JUDUL : PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DI MEDIASI OLEH MINAT BELI
KONSUMEN ROXY SWALAYAN ENDE

Ende, 13 Oktober 2020

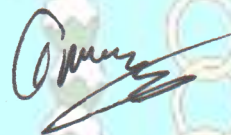
Telah Diujikan di Depan Tim Penguji Skripsi

Dosen Pembimbing I



Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc
NIDN. 0826097401

Dosen Pembimbing II



Gabriel Tanusi, SE.,M.Si
NIDN. 0827067101

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Flores



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 13 Oktober 2020



**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi**

**Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc
NIDN.08 2603 7001**



**Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen**

**Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 08 2507 7101**

Tim Penguji:

- | | | |
|---|----------------|--|
| 01 <u>Dr. Hyronimus Se, SE.,MM</u>
NIDN. 08 2909 7501 | 1. | |
| 02 <u>Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM</u>
NIDN. 08 3110 8301 | 2. | |
| 03 <u>Lambertus Langga, SE.,M.Sc</u>
NIDN. 08 2507 7101 | 3. | |
| 04 <u>Gabriel Tanusi, SE.,M.Si</u>
NIDN. 08 2706 7101 | 4. | |
| 05 <u>Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc</u>
NIDN. 08 2609 7401 | 5. | |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa Skripsi saya dengan:
Judul Skripsi : “PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MEDIASI OLEH MINAT BELI KONSUMEN ROXY SWALAYAN ENDE”.

Dan dimajukan untuk diuji pada hari tanggal 13 Oktober 2020 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 bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan 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 disengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. 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 Universitas batal saya terima.

Ende, 13 Oktober 2020
Yang Membuat Pernyataan

ROSWITA MEME
NIM. 2016410017

MOTTO

**“Orang yang menabur Benih dengan air mata,
akan menuai dengan sorak sorai”**

(Mazmur,126:5)

PERSEMBAHAN

Tinta emas dan penaku ini kupersembahkan untuk :

1. Dia sumber segalanya yang senantiasa menyertai dan menuntun penulis menuju keberhasilan.
2. Kedua orang tua terhebat, Bapak Marselinus Gisi dan Mama Maria selviana Mur yang telah berjuang dan bersusah payah melahirkan, membesarkan, mendidik, memotivator, membiayai dan dengan sabar menanti keberhasilan saya.
3. Untuk keempat saudara saya Kak Beni Keko, Adik Priska Ngulu, Adik Yoris Jera, dan Adik Zal Wengo tersayang yang selalu setia mendukung saya dalam segala doa dan harapan.
4. Yang tercinta seluruh keluarga besar yang telah mendukung dan mendoakanku dalam suka maupun duka sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Yang tersayang sahabat-sahabat kenalan: Vhe, vhi, Intan, Ermin serta teman-teman Putra Tunggal Kost yang telah memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Manajemen yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.
7. Kampung Halaman yang saya cintai Manatena Bajawa Utara
8. Almamater kebanggaan-Ku Universitas Flores Ende

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karuniaNya, sehinggah dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli Konsumen Roxy Swalayan Ende ini penulis selesaika dengan baik dan lancar.

Skripsi ini di susun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana manajemen Universitas Flores Ende. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, masih banyak kekurangan-kekurangan yang harus di perbaiki. Semoga hasil penelitian ini dapat berguna khususnya bagi dunia pendidikan.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih penulis sampikan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan anugeranya hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Dr. Simon Sira Padji, M.A. Selaku Rektor Universitas Flores Ende
3. Ibu Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende
4. Bapak Lambertus Langga, SE. M.Sc. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Flores Ende
5. Bapak Dr. Rafael Oktavianus Byre, SE. M.Sc Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan Skripsi.

6. Bapak Gabriel Tanusi,SE.M.Si Selaku Dosen Pembimbing 11 yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan Skripsi.
7. Segenap Ibu dan Bapak Dosen Program Studi Manajemen serta Staf Tata Usaha atas didikan dan bimbingannya selama ini.
8. Bapak Marselinus Gisi dan Ibu Maria Selviana Mur tercinta yang dengan penuh kesabaran dan pengorbanannya selalu memberikan dorongan,bantuan material maupun non material agar penulis dapat menyelesaikan studi
9. Pimpinan dan karyawan/i Roxy Swalayan Ende yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian
10. Terimakasih kepadateman-teman program studi manajemen yang memberikan saran dan motivasi,terimakasih atas dukungannya selama ini.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu,terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari sempurna,karena hal tersebut tidak lepas dari kelemahan dan keterbatasan penulis.Akhirnya penulis berharap agar Skripsi ini berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan semua mahasiswa.

Ende,Oktober 2020

Penulis

Roswita Meme
2016410017

ABSTRAK

Roswita Meme, NIM. 2016410017. “**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MEDIASI OLEH MINAT BELI KONSUMEN ROXY SWALAYAN ENDE**”. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende, 2020. Pembimbing 1 Dr. Rafael Oktavianus Byre, SE., MSc Pembimbing 11, Gabriel Tanusi, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Roxy Swalayan Ende, (2) pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen Roxy Swalayan Ende, (3) pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian konsumen Roxy Swalayan Ende, dan (4) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Roxy Swalayan Ende yang dimediasi oleh minat beli.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*) dan uji sobel.

Hasil penelitian pada taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh langsung promosi terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari Hasil statistik uji regresi variabel promosi (X), nilai t hitung sebesar 3,683 Artinya t hitung > t tabel 1,671 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. (2) terdapat pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen Roxy Swalayan Ende. Hal ini dibuktikan dari Hasil statistik uji regresi variabel promosi (X) terhadap minat beli (M), nilai t hitung sebesar 4,952 Artinya t hitung > t tabel 1,671 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. (3) terdapat pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian konsumen Roxy Swalayan Ende. Hal ini dibuktikan dari Hasil statistik uji regresi variabel minat beli (M) terhadap keputusan pembelian (Y), nilai t hitung sebesar 3,379 Artinya t hitung > t tabel 1,671 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. dan (4) terdapat pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Roxy Swalayan Ende yang dimediasi oleh minat beli. Hasil statistik uji sobel, nilai t hitung sebesar 2,94 Artinya t hitung > t tabel 1,671 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti.

Kata kunci: Promosi, Keputusan Pembelian, Minat Beli

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGATAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1. Promosi	8
2.1.2. Minat Beli	13

2.1.3. Keputusan Pembelian	15
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk	23
2.3.2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen	24
2.3.3. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	25
2.3.4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dimediasi Oleh Minat Beli	25
2.4. Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Desain Penelitian	28
3.2. Lokasi Penelitian	28
3.3.1. Populasi	28
3.3.2. Sampel	29
3.4. Definisi Operasional Variabel	30
3.4.1. Variabel Independen	30
3.4.2. Variabel Dependen	30
3.4.3. Variabel Mediasi	31
3.5. Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.1. Kuesioner	32
3.5.2. Wawancara	32
3.5.3. Observasi	32
3.6. Pengukuran Instrumen Penelitian	33

3.6.1. Uji Validitas	33
3.6.2. Uji Realibilitas	33
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	33
3.6.4. Uji Hipotesis	35
3.7. Analisis Data Penelitian	36
3.7.1. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Gambaran Umum Responden Penelitian	40
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.2. Deskripsi Responden	40
4.2. Uji Instrument Penelitian	42
4.2.1. Uji Validitas	43
4.2.2. Ujian Reliabilitas	43
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	44
4.2.3.1. Uji Linieritas	44
4.3. Uji Hipotesis	47
4.3.1. Hipotesis Pertama	47
4.3.2. Hipotesis Kedua	48
4.3.3. Hipotesis Ketiga	49
4.3.4. Hipotesis Keempat	50
4.4. Pembahasan dan Hasil Penelitian	52
4.4.1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Roxy Swalayan Ende. 52	
4.4.2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Roxy Swalayan Ende	53

4.4.3. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian di Roxy Swalayan	
Ende	54
4.4.4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Minat	
Beli	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.	41
Tabel 4.3 Tabel Uji Validitas dan Realibilitas	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Linieritas.....	45
Tabel 4.5 Uji Heterokedastisitas	45
Tabel 4.6. Uji Normalitas Data	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi Dengan Test Durbin-Watson	46
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	48
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.11 Hasil Analisis Jalur Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli.....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1. Analisis Jalur Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Roxy Swalayan yang Dimediasi oleh Minat Beli.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

1. Data Menta
2. Surat Izin untuk Mengadakan Penelitian
3. Surat selesai Penelitian
4. Plagiasi
5. Kuesioner