

ABSTRAK

Persaingan dalam bidang pemasaran seperti industri pakaian saat ini semakin ketat. Untuk meraih posisi yang lebih baik dari pesaing, perusahaan harus mampu untuk bersaing sehat dengan segala inovasi dan produk yang menarik konsumen. Dengan pertumbuhan industri pakaian yang sangat pesat saat ini, persaingan untuk memasarkan produk pun semakin luas dan meningkat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh diskon harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Penentuan sampel menggunakan keterangan dari Sekaran (2011) dan mengambil sampel sebanyak 111 responden. Alat analisis yang digunakan yaitu uji regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

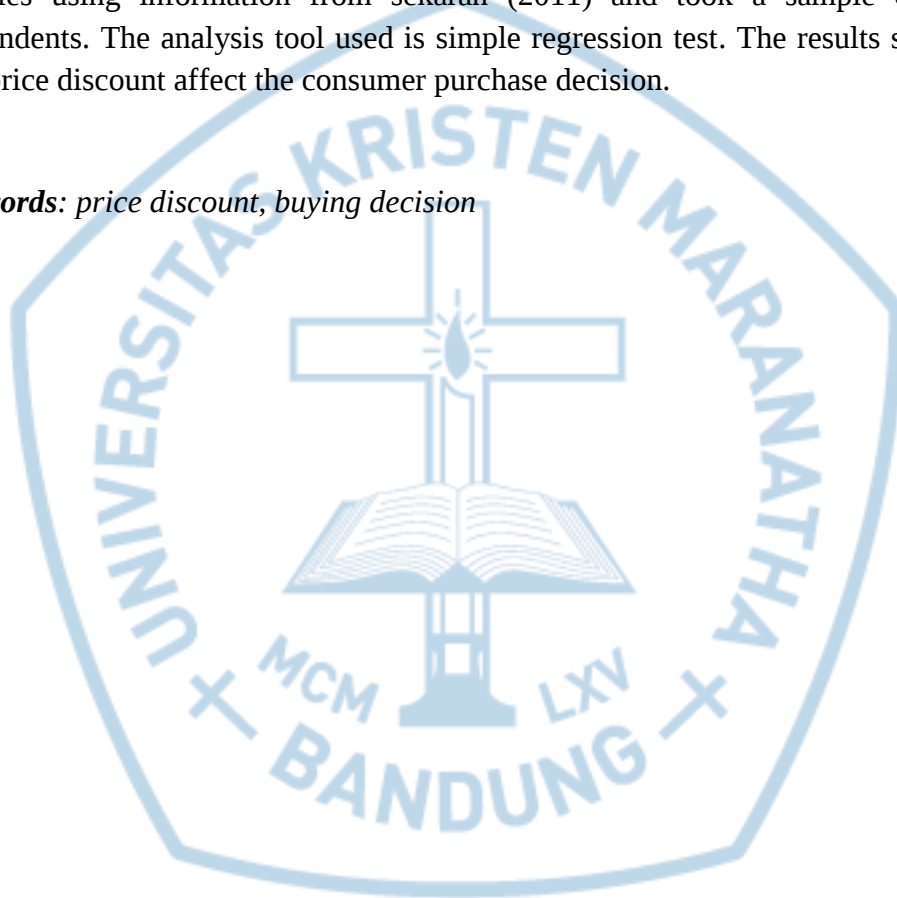
Kata kunci: *diskon harga, keputusan pembelian*



ABSTRACT

Competition in the field of marketing such as the clothing industry is increasingly tight. To achieve a better position than competitors, companies must be able to compete well with all innovations and products that attract consumers. With the growth of the apparel industry very rapidly at this time, the competition to market the product became more widespread and increasing. The purpose of this study to determine the effect of a price discount on consumer purchase decisions. The samples using information from sekaran (2011) and took a sample of 111 respondents. The analysis tool used is simple regression test. The results showed that price discount affect the consumer purchase decision.

Keywords: *price discount, buying decision*

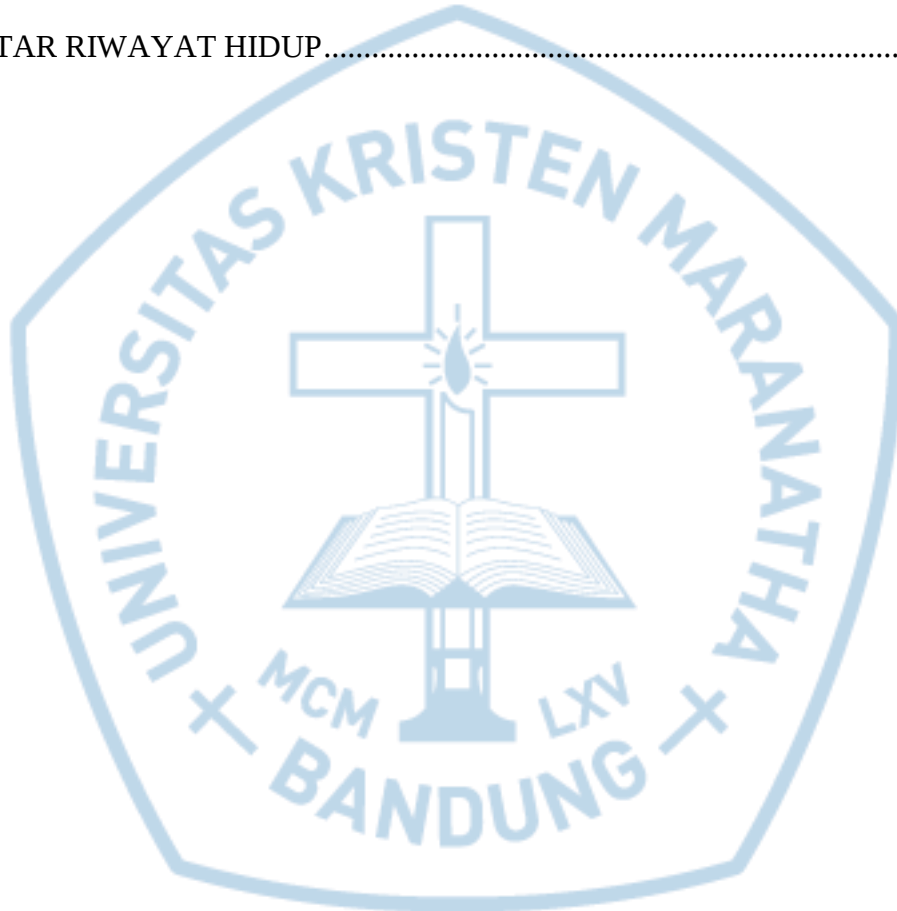


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN DATA PERUSAHAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
 BAB II LANDASAN TEORI	 6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.4 Harga	11
2.1.4.2 Bauran Harga	13
2.1.5 Diskon Harga	15
2.1.5.2. Macam-Macam Diskon.....	15

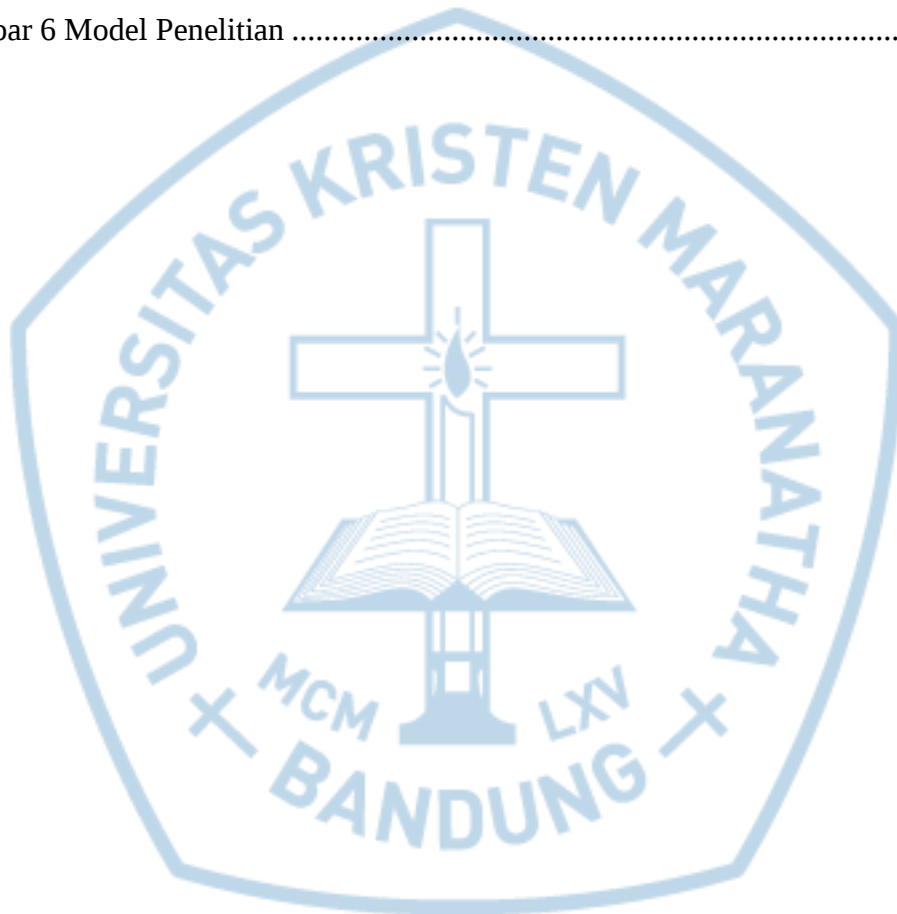
2.1.6 Perilaku Konsumen	16
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.7.2 Tipe-Tipe Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Rerangka Teoritis	30
2.3 Rerangka Pemikiran	31
2.4 Pengembangan Hipotesis	32
 BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.3 Definisi Operasional Variable.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	37
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.5.2 Uji Normalitas	38
3.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....	39
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Responden	41
4.1.2 Uji Instrumen	43
4.1.2.1 Uji Validitas	44
4.1.2.2 Uji Reliabilitas	46
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.1.3.1 Uji Normalitas.....	47
4.1.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.1.4 Pengujian Hipotesis.....	49
4.1.4.1 Regresi Linier Sederhana	50
4.1.4.2 Uji Koefisien Determinasi.....	50
4.2 Pembahasan.....	51

BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	53
5.3 Implikasi Manajerial	54
5.3 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	60
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bauran Pemasaran	11
Gambar 2 Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 3 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 4 Jenis Pengambilan Keputusan Pembelian	22
Gambar 5 Rerangka Teoritis	30
Gambar 6 Model Penelitian	32



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1.1.1 Usia Responden.....	41
Tabel 4.1.1.2 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.1.1.3 Pengeluaran Untuk Pembelian	42
Tabel 4.1.1.4 Pekerjaan.....	43
Tabel 4.1.2.1.1 Hasil Uji Validitas KMO and Bartlett's.....	44
Tabel 4.1.2.1.2 Hasil Uji Validitas Rotated Component Matrix.....	45
Tabel 4.1.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.1.3.1 Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov	47
Tabel 4.1.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.1.4. Uji Hipotesis Coefficient	49
Tabel 4.1.4.3 Uji Koefisien Determinasi Model Summary	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran B Data Frekuensi	64
Lampiran C Validitas	68
Lampiran D Reliabilitas	70
Lampiran E Asumsi Klasik	71

