

UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH TINGKAT DISKON TERHADAP SIKAP DAN
KEINGINAN MEMBELI**

Diajukan oleh:

FERDIAN C.S

0603001245

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
2008**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Ferdian C.S**

Nomor Mahasiswa : **0603001245**

Konsentrasi : **Manajemen Pemasaran**

Judul Skripsi Berbahasa Indonesia :

Analisis Pengaruh Tingkat Diskon Terhadap Sikap Dan Keinginan Membeli

Judul Skripsi Berbahasa Inggris :

The Impact of Discount Level on Attitude Toward Product And Purchase

Intention

Tanggal.....

Ketua Departemen:

Bambang Hermanto, Ph.D

Tanggal.....

Pembimbing Karya Akhir:

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Ferdian C.S**

Nomor Mahasiswa : **0603001245**

Departemen : **Manajemen**

Konsetrasi : **Pemasaran**

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis:

Analisis Pengaruh Tingkat Diskon Terhadap Sikap Dan Keinginan Membeli

belum pernah dibuat sebelumnya oleh orang lain, baik judul maupun isinya.

Sebagai tanda bukti pernyataan saya, bersama ini saya lampirkan daftar skripsi yang pernah ditulis sebelumnya yang berhubungan dengan skripsi saya. Data skripsi ini adalah hasil kompilasi saya dari Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Surat pernyataan ini saya buat dengan jujur dan dengan segala konsekuensinya.

Depok, 6 Juli 2008

Yang membuat pernyataan,

(**Ferdian C.S**)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena hanya berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Tingkat Diskon terhadap Sikap dan Keinginan Membeli” ini dan dapat memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, kritik dan saran kearah perbaikan senantiasa diharapkan. Semoga skripsi ini berguna serta dapat dijadikan bahan masukan dan pembelajaran bagi semua pihak, serta menambah wawasan mengenai isu terkait, khususnya kepada pihak-pihak yang ingin melanjutkan penelitian serupa.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, saran dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

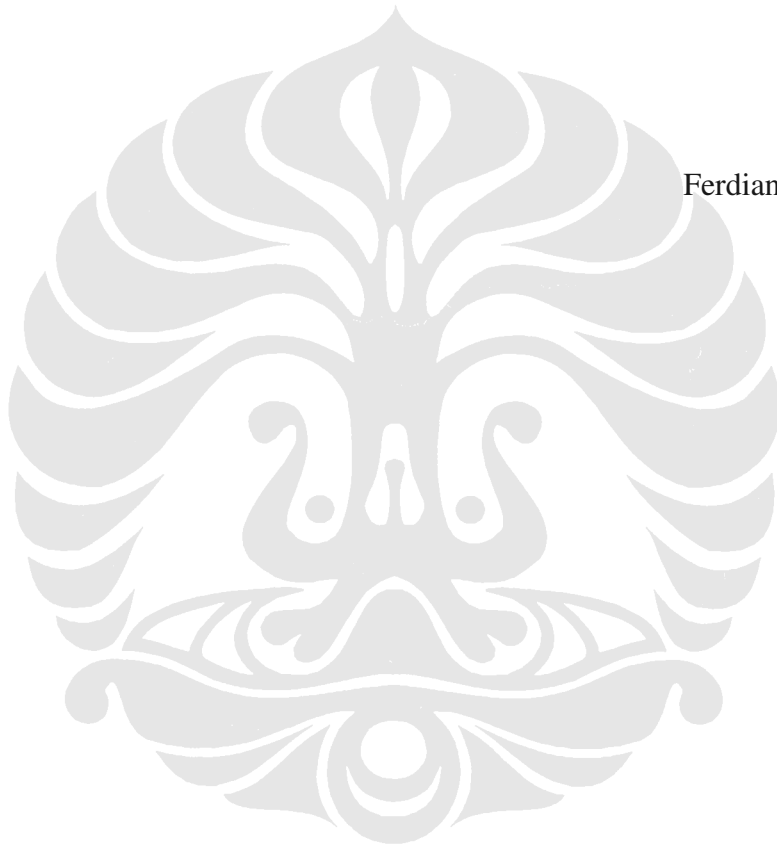
1. Bapak Bambang P.S. Brodjonegoro, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
2. Bapak Bambang Hermanto, Ph.D, selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
3. Ibu Sri Rahayu Hijrah Hati SE, Msi. , selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, memberi pengarahan dan membagi ilmunya kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.
4. Bapak Sisdjiatmo Kusumosuwidho Widhaningrat SE, M.Sc. dan Ibu Dwi Widiastri SE, MM. selaku dosen dan Anggota Penguji Sidang Skripsi.
Analisis pengaruh ..., Ferdian C.S, FE UI, 2008

5. Segenap dosen pengajar dan asisten dosen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.

Jakarta, Juli 2008

Penulis

Ferdian Charles Siswanto



ZUCAPAN TERIMA KASIH

Allah SWT

Mama yang telah memberi semangat dan motivasi untuk terus maju

Papa yang menjadi inspirasi agar saya dapat selalu lebih baik

Eci, makasi ya udah mau nemenin waktu sidang.. Om Hendro-Tante Merry

Talitha Fauzia Chairunnisa, SE., You are amazing hunn... thanks for everything....

Om Rashid, Tante Arie, Mba lula-Mas Jejen, Mas Adit, serta keluarga besar Jl.

Bank.. terima kasih atas doa dan dukungannya

M. Akbar dan Keluarga Jl Sanusi.

Saga Communication – ojan, ari, bablo -

Cherrie Amour Band– Bagus, Sistien, dan Windie – Jazz do it!!

03'ers -> Fanni, Yuliadhi,EW-riri, Priyo-caca, Cindito, Diah-ayi, dan teman-teman

2003 lainnya.

Teman-teman bimbingan – Desyra, Bimbim

Segenap karyawan FEUI dan Departemen Menejemen, atas segala bantuannya

Last but not least, semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu..... Terima

Kasih yaaaaaa....

DAFTAR ISI

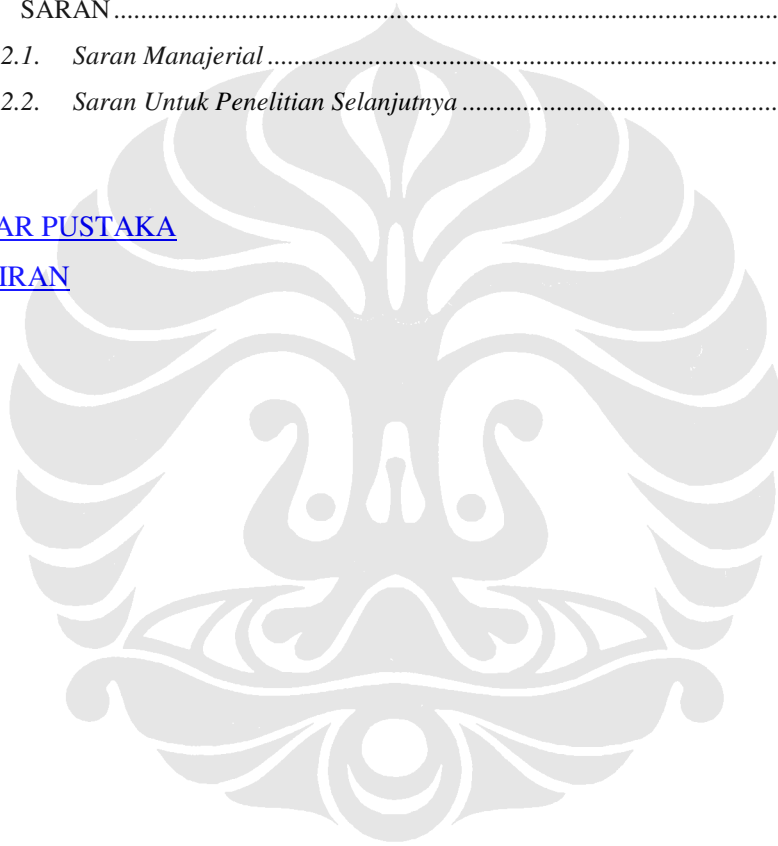
<u>KATA PENGANTAR</u>	I
<u>ABSTRAKSI</u>	IV
<u>DAFTAR ISI</u>	V
<u>DAFTAR TABEL</u>	VIII
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	IX
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	X
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. PERMASALAHAN PENELITIAN.....	2
1.3. PERTANYAAN, TUJUAN, DAN MANFAAT PENELITIAN	3
1.3.1 <i>Pertanyaan Penelitian</i>	3
1.4.2 <i>Tujuan Penelitian</i>	3
1.4.3 <i>Manfaat Penelitian</i>	4
1.4. SISTEMATIKA PENULISAN	4
BAB 2: TINJAUAN LITERATUR	6
2.1. PRICING, DISCOUNT, AND CONSUMER'S PERCEPTION.....	6
2.1.1. <i>Teori Harga</i>	6
2.1.2. <i>Discount</i>	7
2.1.3. <i>Persepsi Konsumen</i>	9
2.1.4. <i>Teori Permintaan terhadap Strategi Diskon Harga</i>	10
2.2. ATTITUDE TOWARD PRODUCT	10
2.2.1. <i>Definisi</i>	10
2.2.2. <i>Aesthetic Value, Quality dan Usefulness</i>	12
2.2.2.1. <i>Aesthetic Value</i>	12
2.2.2.2. <i>Quality</i>	13
2.2.2.3. <i>Usefulness</i>	14
2.3. PURCHASE INTENTION	14
2.3.1. <i>Hubungan Antara Atribut Produk dan Purchase Intention</i>	16
2.4. HUBUNGAN ANTARA DISKON DENGAN ATTITUDE TOWARD PRODUCT DAN PURCHASE INTENTION PADA PENELITIAN SEBELUMNYA	17

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1. RANCANGAN PENELITIAN	19
3.1.1. <i>Desain Penelitian Eksploratori</i>	19
3.1.2. <i>Desain Penelitian Kausal</i>	19
3.2. METODE PENGUMPULAN DATA	20
3.2.1. <i>Data Primer</i>	21
3.2.2. <i>Data Sekunder</i>	21
3.3. UKURAN DAN METODE PENGAMBILAN SAMPEL	21
3.4. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	22
3.5. DESAIN SISTEMATIKA KUESIONER	24
3.5.1. <i>Sistematika Kuesioner Pertama</i>	25
3.5.2. <i>Sistematika Kuesioner Kedua</i>	26
3.5.3. <i>Daftar Konstruksi Kuesioner</i>	27
3.5.4. <i>Perbandingan Dengan Penelitian Sebelumnya</i>	27
3.6. METODE ANALISIS DATA	28
3.6.1. <i>Statistik Deskriptif</i>	28
3.6.2. <i>Statistik Inferensial</i>	29
BAB 4: ANALISIS DATA	31
4.1. PRETEST	31
4.2. PERSIAPAN PENELITIAN	33
4.3. UJI ASUMSI	33
4.4. UJI KEHANDALAN	34
4.5. EKSPERIMEN PERTAMA	35
4.5.1. <i>Analisis Deskriptif</i>	35
4.5.2. <i>Uji Homoscedastic</i>	36
4.5.3. <i>Uji Two-Way ANOVA Tanpa Variabel Purchase Intention</i>	38
4.5.4. <i>Uji Chi-Square terhadap Purchase Intention</i>	39
4.6. EKSPERIMEN KEDUA	41
4.6.1. <i>Analisis Deskriptif</i>	41
4.6.2. <i>Uji Homoscedastic</i>	42
4.6.3. <i>Uji Two-Way ANOVA Tanpa Variabel Purchase Intention</i>	43
4.6.4. <i>Uji Chi-Square terhadap Purchase Intention</i>	45
4.7. UJI HIPOTESIS	48
4.7.1. <i>Hipotesis Product Appeal – Quality</i>	48
4.7.2. <i>Hipotesis Product Appeal – Usefulness</i>	51
4.7.3. <i>Hipotesis Product Appeal – Aesthetic Value</i>	53

4.7.4. <i>Hipotesis Purchase Intention</i>	56
4.7.5. <i>Ringkasan Uji Hipotesis</i>	59
BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. KESIMPULAN.....	60
5.1.1. <i>Eksperimen Pertama</i>	60
5.2.2. <i>Eksperimen Kedua</i>	61
5.2. SARAN	63
5.2.1. <i>Saran Manajerial</i>	63
5.2.2. <i>Saran Untuk Penelitian Selanjutnya</i>	64

[DAFTAR PUSTAKA](#)

[LAMPIRAN](#)

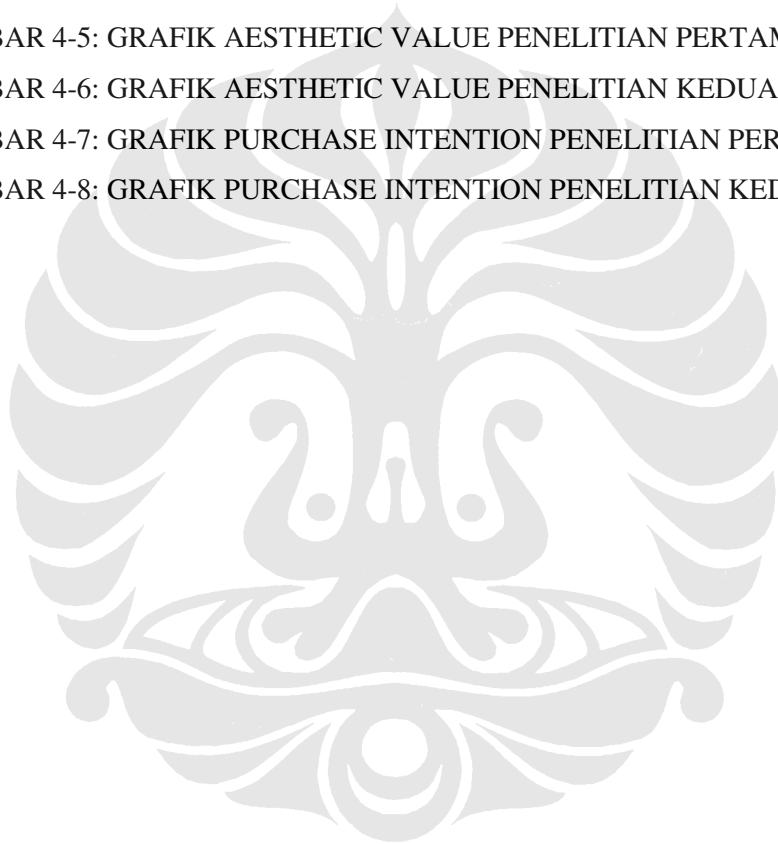


DAFTAR TABEL

TABEL 3-1 : DAFTAR KONSTRUK KUESIONER	27
TABEL 4-1: KOMPOSISI PEMILIH PADA PRETEST	31
TABEL 4-2: NILAI UJI KEHANDALAN	34
TABEL 4-3: ANALISIS DESKRIPTIF PENELITIAN PERTAMA	36
TABEL 4-4: UJI HOMOSCEDASTICITY VARIABEL DEPENDEN PENELITIAN 1	67
TABEL 4-5: UJI TWO-WAY ANOVA MENGGUNAKAN UNIVARIATE P.1	38
TABEL 4-6: UJI CHI-SQUARE TINGKAT DISKON TERHADAP PURCHASE INTENTION P.1	40
TABEL 4-7: UJI CHI-SQUARE GENDER TERHADAP PURCHASE INTENTION P.1	40
TABEL 4-8: ANALISIS DESKRIPTIF PENELITIAN KEDUA.....	41
TABEL 4-9 UJI HOMESCEDASTICITY VARIABEL DEPENDEN PENELITIAN 2	43
TABEL 4-10: UJI TWO-WAY ANOVA MENGGUNAKAN UNIVARIATE P.2.....	44
TABEL 4-11: UJI CHI-SQUARE TINGKAT DISKON TERHADAP PURCHASE INTENTION P.2	45
TABEL 4-12 : UJI CHI-SQUARE GENDER TERHADAP PURCHASE INTENTION P.2....	45
TABEL 4-13: CROSS TAB REASON DENGAN GENDER P.2.....	46
TABEL 4-14: UJI CHI-SQUARE GENDER TERHADAP REASON P.2	47
TABEL 4-15: UJI TWO-WAY ANOVA QUALITY P.1.....	48
TABEL 4-16: UJI TWO-WAY ANOVA QUALITY P.2.....	49
TABEL 4-17: UJI ANOVA RESPONDEN WANITA TERHADAP QUALITY	50
TABEL 4-18: UJI TWO-WAY ANOVA USEFULNESS P.1	51
TABEL 4-19: UJI TWO-WAY ANOVA USEFULNESS P.2	52
TABEL 4-20: UJI ANOVA RESPONDEN WANITA TERHADAP USEFULNESS.....	53
TABEL 4-21: UJI TWO-WAY ANOVA AESTHETIC VALUE P.1	54
TABEL 4-22: UJI TWO-WAY ANOVA AESTHETIC VALUE P.2	54
TABEL 4-23: UJI ANOVA RESPONDEN WANITA TERHADAP AESTHETIC VALUE ...	55
TABEL 4-24: UJI CHI-SQUARE VARIABEL PURCHASE INTENTION P.1	56
TABEL 4-25: UJI CHI-SQAURE VARIABEL PURCHASE INTENTION P.2	57
TABEL 4-26: UJI ANOVA RESPONDEN WANITA TERHADAP PURCHASE INTENTION	58

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4-1: GRAFIK QUALITY PENELITIAN PERTAMA	48
GAMBAR 4-2 : GRAFIK QUALITY PENELITIAN KEDUA	50
GAMBAR 4-3: GRAFIK USEFULNESS PENELITIAN PERTAMA.....	51
GAMBAR 4-4: GRAFIK USEFULNESS PENELITIAN KEDUA	52
GAMBAR 4-5: GRAFIK AESTHETIC VALUE PENELITIAN PERTAMA.....	54
GAMBAR 4-6: GRAFIK AESTHETIC VALUE PENELITIAN KEDUA.....	55
GAMBAR 4-7: GRAFIK PURCHASE INTENTION PENELITIAN PERTAMA	57
GAMBAR 4-8: GRAFIK PURCHASE INTENTION PENELITIAN KEDUA.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

MODUL PENELITIAN PERTAMA.....	69
KUESIONER PENELITIAN PERTAMA.....	74
MODUL PENELITIAN KEDUA.....	76
KUESIONER PENELITIAN KEDUA.....	81
CROSSTAB GENDER & TINGKAT DISKON PENELITIAN PERTAMA.....	83
UJI HOMOSCEDASTIC SEMUA VARIABEL PENELITIAN PERTAMA.....	83
UJI TWO-WAY ANOVA PENELITIAN PERTAMA	83
UJI CHI-SQUARE PURCHASE INTENTION PENELITIAN PERTAMA	84
CROSSTAB GENDER & TINGKAT DISKON PENELITIAN KEDUA.....	85
UJI HOMOSCEDASTIC SEMUA VARIABEL PENELITIAN KEDUA.....	85
UJI TWO-WAY ANOVA PENELITIAN KEDUA.....	86
UJI CHI-SQUARE PURCHASE INTENTION PENELITIAN KEDUA	86