

**PENGARUH PROMOSI HARGA DAN PROMOSI PRODUK *EXTRA*
TERHADAP NIAT MEMBELI KONSUMEN DENGAN
PENGKATEGORIAN *STOCK-UP* DAN *NONSTOCK-UP* DI
*CARREFOUR BG JUNCTION SURABAYA***



OLEH:

KARINA PARAMITA SERUDJO

3103006074

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATHOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2010

**PENGARUH PROMOSI HARGA DAN PROMOSI PRODUK *EXTRA*
TERHADAP NIAT MEMBELI KONSUMEN DENGAN
PENGKATEGORIAN *STOCK-UP* DAN *NONSTOCK-UP* DI
CARREFOUR BG JUNCTION SURABAYA**

SRIPSI
Diajukan Kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATHOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
KARINA PARAMITA SERUDJO
3103006074

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATHOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2010

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

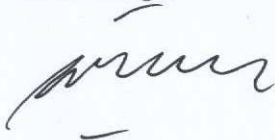
**PENGARUH PROMOSI HARGA DAN PROMOSI PRODUK *EXTRA*
TERHADAP NIAT MEMBELI KONSUMEN DENGAN
PENGKATEGORIAN *STOCK-UP* DAN *NONSTOCK-UP* DI
CARREFOUR BG JUNCTION SURABAYA**

Oleh:

**KARINA PARAMITA SERUDJO
3103006074**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

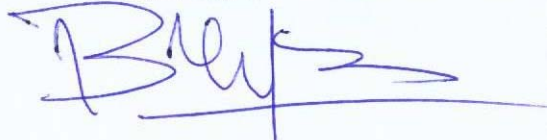
Pembimbing I,



Lydia Ari Widyarini, Dra. Ec., MM

Tanggal: 20/1/10

Pembimbing II,



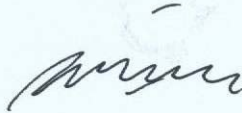
Tjong Budi Santoso, MBA

Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Karina Paramita Serudjo NRP 3103006074
Telah diuji pada tanggal 19 Januari 2010 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

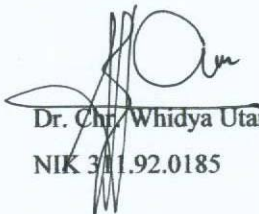
Ketua Tim Penguji:



Dra. EC. Lidya Ari Widyarini, MM

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Ch/Whidya Utami, MM
NIK 311.92.0185

Ketua Jurusan,



Drs. Julius Koesworo, MM
NIK 311.89.0152

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya :

Nama : Karina Paramita Serudjo

NRP : 3103006074

Menyetujui skripsi/ karya Ilmiah saya:

Judul :

**“PENGARUH PROMOSI HARGA DAN PROMOSI PRODUK
EXTRA TERHADAP NIAT MEMBELI KONSUMEN DENGAN
PENGKATEGORIAN *STOCK-UP* DAN *NONSTOCK-UP* DI
CARREFOUR BG JUNCTION SURABAYA”**

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Januari 2010

Yang menyatakan,



Karina Paramita Serudjo

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipersembahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI HARGA DAN PROMOSI PRODUK *EXTRA* TERHADAP NIAT MEMBELI KONSUMEN DENGAN PENGKATEGORIAN *STOCK-UP* DAN *NONSTOCK-UP* DI *CARREFOUR BG JUNCTION SURABAYA*”** sebagai pemenuhan salah satu syarat dalam perolehan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya dengan sebaik-baiknya.

Selama penyusunan skripsi ini sampai selesainya, penulis tidak bekerja sendiri melainkan banyak bantuan dan dorongan yang diberikan dari berbagai pihak. Dengan adanya kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Lidya Ari Widyarini, MM, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
3. Bapak Tjong Budi Santoso, MBA, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM, selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.

5. Para dosen pendidik yang selama ini telah bersedia memberikan ilmu dengan penuh kesabaran sehingga penulis mendapat pengetahuan yang berharga sebagai bekal masa depan.
6. Teman-teman serta pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan, dukungan dan masukkan dalam berbagai hal yang tidak pernah terlupakan selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena adanya keterbatasan waktu dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik guna pengembangan selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi pembaca sekalian dan terima kasih.

Surabaya, 29 Januari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat penelitian.....	4
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	5
BAB 2. TINJUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Promosi.....	7
2.3. Promosi Harga.....	9
2.4. Promosi Produk <i>Extra</i>	11
2.5. Keputusan Pembelian.....	13
2.6. <i>Stock-up</i>	17
2.7. Hubungan Promosi Harga dan Promosi Produk <i>Extra</i> Terhadap Niat Membeli dengan Kategori Produk	

<i>Stock-up</i>	18
2.8. Model Analisis.....	19
2.9. Hipotesis.....	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1. Desain Penelitian.....	21
3.2. Identifikasi variabel.....	21
3.3. Definisi Operasional.....	21
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	23
3.5. Pengukuran Data.....	24
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	24
3.7. Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
3.8. Uji Reliabilitas dan Validitas.....	25
3.8.1. Uji Validitas.....	25
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	26
3.9. Teknik Analisis Variabel.....	26
3.10. Pengujian Hipotesis.....	27
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Deskripsi Data	29
4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	34
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	35
4.3. Analisis Data.....	36
4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
4.3.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda (R).....	39
4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (<i>R Square</i> dan <i>Adjusted R Square</i>).....	40
4.3.4. Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial.....	41
4.4. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	42

4.3.1. Uji F.....	42
4.3.2. Uji t.....	43
4.5. Pembahasan.....	44
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	46
5.1. Simpulan.....	46
5.2. Saran.....	46
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	49
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	31
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja.....	33
Tabel 4.6	Uji Validitas Alat Ukur.....	34
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas dengan Cara Cronbach Alpha.....	35
Tabel 4.8	Perhitungan Regresi Linier Berganda Variabel Bebas Terhadap Niat Membeli dalam Kategori <i>Stock-up</i>	36
Tabel 4.9	Perhitungan Regresi Linier Berganda Variabel Bebas Terhadap Niat Membeli dalam Kategori <i>Nonstock-up</i>	38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	17

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner
- Lampiran 3. Frekuensi
- Lampiran 4. Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 5. *Descriptives*
- Lampiran 6. Regresi Berganda
- Lampiran 7. Interpretasi Nilai

Abstraksi

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh promosi harga dan promosi produk *extra* terhadap niat membeli konsumen dengan pengkategorian *stock-up* di *Carrefour BG Junction* Surabaya. Sampel penelitian ini adalah orang yang berbelanja di *Carrefour* dalam jangka waktu kurang dari 1 minggu yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil analisis ini menyatakan bahwa variabel promosi harga dan promosi produk *extra* secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap niat membeli baik dalam kategori *stock-up* maupun *nonstock-up* di *Carrefour BG Junction* Surabaya. Berarti, hipotesis (H₁) promosi harga dan promosi produk *extra* berpengaruh secara simultan terhadap niat membeli kategori *stock-up*, hipotesis (H₂) promosi harga dan promosi produk *extra* berpengaruh secara parsial terhadap niat membeli kategori *stock-up*, hipotesis (H₃) promosi harga dan promosi produk *extra* berpengaruh secara simultan terhadap niat membeli kategori *nonstock-up*, dan hipotesis (H₄) promosi harga dan promosi produk *extra* berpengaruh secara parsial terhadap niat membeli kategori *nonstock-up* diterima.

Kata kunci : *stock-up* dan *nonstock-up*

**The Impact of Price and Extra Product Promotion on Buyer's Intention
in Stock-up and Nonstock-up Category at Carrefour BG Junction
Surabaya**

Abstract

The aim of this research is to find out the impact of price and extra product promotion on buyer's intention in stock-up and nonstock-up category at Carrefour BG Junction Surabaya. The sample is Carrefour's buyer in less than 1 week which is proceed with multiple regression analysis.

Results show that price and extra product promotion variable significantly and partially affects buyer's intention whether stock-up and nonstock-up category at Carrefour BG Junction Surabaya. It means that first hypothesis (H_1) price and extra product promotion significantly affects buyer's intention in stock-up category, second hypothesis (H_2) price and extra product promotion partially affects buyer's intention in stock-up category, third hypothesis (H_3) price and extra product promotion significantly affects buyer's intention in nonstock-up category, and fourth hypothesis (H_4) price and extra product promotion partially affects buyer's intention in nonstock-up category were acceptable.

Keywords : Stock-up, Nonstock-up