

PENGARUH FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP *SALES
PROMOTION PURCHASE* PRODUK TAS CHARLES & KEITH DI
SURABAYA



OLEH:
ALBERTA YUNI DEWI MULYONO
3103013010

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

**PENGARUH FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP SALES
PROMOTION PURCHASE PRODUK TAS CHARLES & KEITH
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

ALBERTA YUNI DEWI MULYONO

3103013010

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

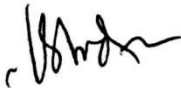
SKRIPSI

**PENGARUH FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP SALES
PROMOTION PURCHASE PRODUK TAS CHARLES & KEITH DI
SURABAYA**

Oleh:
Alberta Yuni Dewi Mulyono
3103013010

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si.
Tanggal: 24/1 - 2017

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM.
Tanggal: 23/1 - 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Alberta Yuni Dewi Mulyono NRP. 3103013010

Telah diuji pada tanggal 31 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.

NIK. 311.02.0543

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, S.E., M.Si.
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alberta Yuni Dewi Mulyono
NRP : 3103013010
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor situasional Terhadap *sales Promotion Purchase* Produk Tas Charles & Keith Di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya, jika terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini 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 keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Januari 2017

Yang Menyatakan



Alberta Yuni Dewi Mulyono

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas perlindungan dan penyertaanNya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Mama tercinta yang selalu memberikan dukungan baik secara moril dan materil dan juga dukungan doa serta perhatian dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang selalu sabar dan pengertian dalam membimbing penulis hingga akhir penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar membimbing dan memberi pengarahan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
6. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya dosen rumpun Manajemen Ritel yang telah membagikan banyak pengetahuan bagi penulis selama belajar di kampus ini.

7. Aris Mulyono dan Vony Mulyono yang selalu memberikan semangat dan dukungan doa untuk penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Yohanes Fristianto Fandi Utamin yang selalu memberikan dukungan, menghibur, dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
9. Teman-teman kos Novita Sari dan Cynthia Septiani Santyago yang selalu memberikan semangat dan hiburan bagi penulis untuk terus semangat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman *Fireflies* yang telah bersama-sama berjuang dari awal semester 1 sampai dengan semester akhir yang selalu memberikan semangat bagi penulis untuk terus menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua teman-teman dan pihak-pihak yang tidak penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala doa, dukungan, dan semangat.

Semoga semua bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak senantiasa dibalas kebaikannya oleh Tuhan yang Maha Kuasa dan penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya serta bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 24 Januari 2017

Alberta Yuni Dewi Mulyono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Faktor Situasional	12
2.2.2 Sales Promotion Purchase	13
2.2.3 Social Surrounding	14
2.2.4 Temporal Perspective	14

2.2.5 Task Definition	15
2.2.6 Physical Surrounding	15
2.3 Hubungan Antar Variabel	19
2.4 Model Penelitian	21
2.5 Hipotesis	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Identifikasi Variabel.....	22
3.3 Definisi Operasional	23
3.4 Teknik Pengukuran Variabel	26
3.5 Jenis dan Sumber Data	26
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	27
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.8 Metode Analisis Data.....	30
3.8.1 Uji Validitas	30
3.8.2 Uji Reliabilitas	30
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	31
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.8.5 Pengujian Hipotesis.....	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Deskriptif Penelitian.....	35
4.2 Karakteristik Responden	35
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	39
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
4.5 Uji Asumsi Klasik	46
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.7 Pengujian Hipotesis.....	52

4.8 Pembahasan.....	55
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Saran.....	62
5.3 Keterbatasan.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Tas Kerja Wanita	3
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Saat Ini	11
Tabel 4.1	Deskripsi Usia Responden	36
Tabel 4.2	Deskripsi Pekerjaan Responden	36
Tabel 4.3	Deskripsi Pendapatan Responden	37
Tabel 4.4	Data Pernah Berbelanja Saat Diskon	38
Tabel 4.5	Interval Rata-rata Skor	39
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Surrounding</i>	39
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Temporal Perspective</i>	40
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Task Definition</i>	42
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Physical Surrounding</i>	43
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Sales Promotion Purchase</i>	44
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas	45
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reliabilitas	46
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.15	Tabel Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.17	Hasil Uji t	53
Tabel 4.18	Hasil Uji F	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bagan 10 Benda Yang Disukai Wanita.....	2
Gambar 2.1	Model Penelitian	21
Gambar 4.1	Grafik Pengujian Heteroskedastisitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Jawaban Kuesioner
- Lampiran 3. Data Deskriptif Responden
- Lampiran 4. Data Deskriptif Variabel
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8. Regression

**PENGARUH FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP SALES
PROMOTION PURCHASE PRODUK TAS CHARLES & KEITH
DI SURABAYA**

Abstrak

Perkembangan yang terjadi pada dunia *fashion* sangat kompleks. Dari berbagai macam pilihan produk *fashion* tas merupakan salah satu produk yang paling digemari oleh konsumen dan salah satu cara peritel untuk menarik perhatian konsumen adalah dengan melakukan *sales promotion*. Penelitian ini meneliti mengenai bagaimana faktor *social surrounding*, *temporal perspective*, *task definition*, *physical surrounding* dapat berpengaruh pada *sales promotion purchase* konsumen perempuan pada produk tas Charles & Keith. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada responden perempuan yang pernah berbelanja di outlet Charles & Keith. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan outlet Charles & Keith yang tersebar di pusat-pusat perbelanjaan besar di Surabaya dengan teknik penarikan sampel *non probability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS 23. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah *task definition* merupakan variabel yang paling berpengaruh pada pembelian konsumen saat *sales promotion* berlangsung, variabel yang berpengaruh berikutnya adalah *temporal perspective*. dan diikuti variabel ketiga *Physcal surrounding*, sedangkan *social surrounding* pada hasil penelitian ini menyatakan hasil yang tidak signifikan terhadap *sales promotion purchase*.

Kata Kunci: *Social Surrounding, Temporal Perspective, Task Definition, Physical Surrounding, Sales Promotion Purchase*

**THE EFFECT OF SITUATIONAL FACTOR ON SALES
PROMOTION PURCHASE CHARLES & KEITH BAG PRODUCK
IN SURABAYA**

Abstrack

Development which happened in fashion world was very complex. Among the various option of fashion product, bag is one of the most popular products which favored by consumers and one way used by retailers to attract the attention of consumers by conducting sales promotion. This research aims to investigate how factors social surrounding, temporal perspective, task definition, and physical surrounding can affect sales promotion purchase female consumers on Charles & Keith bag product. This research includes quantitative research, data collection techniques done by distributing questionnaires to female respondents who shopped at outlet Charles & Keith. The population in this research were all customers of Charles & Keith outlets scattered on large shopping centers in Surabaya with non-probability sampling technique. Data were analyzed using linear regression analysis with SPSS 23. The results obtained from this study was task definition is the most influential to consumer buying behavior on sales promotion occured, the next influential variable is temporal perspective. Then followed by the third variable Physycal surrounding, while social surrounding in this study imply insignificant relation to sales promotion purchase.

Keywords: Social Surrounding, Temporal Perspective, Task Definition, Physical Surrounding, Sales Promotion Purchase