

**PENGARUH CITRA TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
TRANSMART CEMPAKA PUTIH**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi**



ERFINA SULISTIANI LUBIS

1151921009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Erfina Sulistiani Lubis

NIM : 1151921009

Tanda Tangan : 

Tanggal : 28 Agustus 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Erfina Sulistiani Lubis

NIM : 1151921009

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Toko dan Promosi Penjualan Terhadap
Minat Beli Ulang Konsumen Transmart Cempaka Putih

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

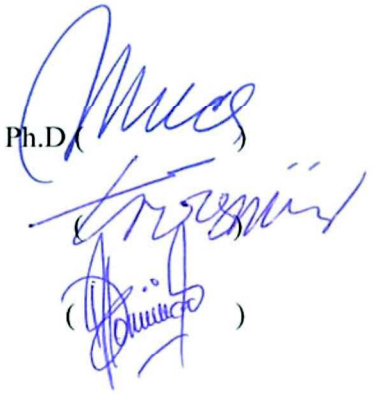
Pembimbing : Mucshin Sagaff Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D.

Penguji 1 : Tri Wismiarsi Ir., M.Sc., Ph.D

Penguji 2 : Dominica A. Widyastuti, S.E., MM.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2017



(Mucshin Sagaff Shihab)
(Tri Wismiarsi Ir.)
(Dominica A. Widyastuti)

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat- Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Citra Toko dan Promosi Penjualan terhadap Konsumen Transmart Cempaka Putih . Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Mucshin Sagaff Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) Ibu Ir. Tri Wismiarsi, Ir.,M.Sc., Ph.D dan Ibu Dominica A. Widyastuti, S.E., MM selaku dosen penguji satu dan dua yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 3) Perusahaan PT Trans Retail Indonesia yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 4) Orang tua (Papa dan Mama) dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 5) Sahabat dan teman-teman (Hendi Purnomo, Gustina, Elok, Intan, Aulia, Mediana) yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 28 Agustus 2017

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erfina Sulistiani Lubis
NIM : 1151921009
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengaruh Citra Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Transmart Cempaka Putih.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Agustus 2017

Yang menyatakan ,



(Erfina Sulistiani Lubis)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.. Error! Bookmark not defined.	
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I_PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Batasan Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II_TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	8
2.1 Citra Toko.....	8
2.1.2 Dimensi Citra Toko.....	8
2.2 Promosi Penjualan.....	11
2.2.1 Pengertian Promosi Penjualan.....	11
2.2.2 Dimensi Promosi Penjualan.....	11
2.3 Minat Beli Ulang.....	12
2.3.1 Pengertian Minat Beli Ulang.....	12
2.3.2 Dimensi Minat Beli Ulang.....	12
2.4 Penelitian Terdahulu.....	13
2.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	18
BAB III_METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Desain Penelitian Penelitian.....	19

3.2	Metode Pengumpulan data	19
3.2.1	Data Primer	19
3.2.2	Data Sekunder	20
3.3	Populasi dan Sampel	20
3.2.1	Populasi	20
3.2.2	Sampel	20
3.4	Definisi Operasional	21
3.4.1	Variabel Dependen	21
3.4.2	Variabel Independen	21
3.5	Operasional Variabel	22
3.6	Uji Coba Instrumen	23
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	24
3.7	Uji Asumsi Klasik	24
3.7.1	Uji Normalitas	24
3.7.2	Uji Heteroskedastisitas	25
3.7.3	Uji Multikolinearitas	25
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	25
3.8.1	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	26
3.8.2	Uji Goodness of fit dengan Uji F (ANOVA)	26
3.8.3	Uji parsial parsial dengan uji t	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	28
4.2	Hasil Penelitian	28
4.2.1	Uji Validitas	28
4.2.2	Uji Reliabilitas	30
4.2.3	Analisis Profil Responden	31
4.2.4	Distribusi Jawaban Responden	32
4.2.5	Analisis Uji Asumsi Klasik	34
4.2.6	Analisis Regresi Berganda	37
4.3	Pembahasan	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		41
5.1	Kesimpulan	42
5.2	Saran-saran	42
DAFTAR PUSTAKA		43

LAMPIRAN	46
----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tipe Promosi Penjualan Transmart Cempaka Putih	2
Tabel 1.2 Faktor Masalah Minat Beli Ulang Konsumen Transmart Cempaka Putih	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Mengenai Citra Toko, Promosi Penjualan dan Minat beli Ulang	13
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	22
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	29
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	30
Tabel 4.3 Profil Responden.....	31
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Citra Toko	32
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Multikolinieritas	35
Tabel 4.7 Analisis Uji Regresi Berganda.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	18
Gambar 4.1 Grafik Normal P – P Plot	34
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot untuk Uji Heteroskedastisitas	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	46
Lampiran 2 Data Olahan SPSS 20	50

Pengaruh Citra Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Transmart Cempaka Putih

Erfina Sulistiani Lubis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis citra toko dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang konsumen Transmart Cempaka Putih. Data primer dan data sekunder dikumpulkan. Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal, buku dan publikasi lain yang terkait. data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner yang dibagikan kepada responden di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, 100 tanggapan diperoleh. berbagai uji statistik digunakan seperti uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra toko dan promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Ditemukan variabel promosi penjualan adalah variabel paling dominan. Disarankan Transmart Cempaka Putih harus lebih memperhatikan poin-poin penting seperti memberikan kenyamanan berbelanja dan diskon harus lebih tinggi dari produk lain. penelitian lebih lanjut yang diperlukan adalah mengenai *brand awareness*.

Kata kunci : citra toko, promosi penjualan, minat beli ulang

Impact of Store Image and Sales Promotion on Repurchase Intention of Transmart Cempaka Putih

Erfina Sulistiani Lubis

ABSTRACT

This study aims to examine the analysis of store image and sales promotion on repurchase intention. Target respondents are customers of Transmart Cempaka Putih. Both primary and secondary data were gathered. Secondary data were collected from various sources such as journals, books and other related publications. Primary data were collected using questionnaire distributed to target respondents in Jabodetabek. Using a purposive sampling technique, 100 responses were obtained. Various statistical test such as validity test and reliability analysis. The result showed that store image and sales promotion had a positive and significant effect on repurchase intention. Sales promotion was found dominant. It is suggested that the Transmart Cempaka Putih pay more attention on important points such as giving convenience shopping and the discounts. Futher research on brand awareness is needed.

Keywords : store image, sales promotion, repurchase intention