

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN SIKAP KONSUMEN  
DI SHOOP TERHADAP MINAT KONSUMEN  
(Studi kasus pada ONLINE SHOP FEYZA.Clo)**

**DRAF SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
Guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

**IRMA RAHMAYANTI FUADAH**  
**NIM. 3402190186**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH  
2022**

## **ABSTRACT**

***Irma Rahmayanti Fuadah, NIM. 3402190186. "INFLUENCE OF SALES PROMOTION AND CONSUMER ATTITUDE IN SHOPE ON CONSUMER INTEREST (Case Study on ONLINE SHOP FEYZA.Clo)". Under the guidance of M Aziz Basari, S.Sos., M.M. (Advisor I) and Faizal Mujadid Faruk, S.E., M.M. (Advisor II).***

*In this era of globalization, humans are required to have very high mobility capabilities. Along with this the need for information and communication technology is a very important thing. This research is focused on the effect of sales promotion and consumer attitudes in shope on consumer interest (a case study on online shop Feyza.Clo). The purpose of this study was to determine and analyze sales promotion, consumer attitudes and consumer interest in the online shop Feyzadi Shope; The effect of sales promotion on shope on consumer interest in Feyza's online shop in Shope; The influence of consumer attitudes in shope on consumer interest in online shop Feyza in Shope; The effect of sales promotion and consumer attitudes in shope on consumer interest in online shop Feyza in Shope. The method used in this research is an explanatory survey method. While the analytical tools used are multiple regression analysis, coefficient of determination, hypothesis testing and significance testing. The results of the study show that.*

***Keywords:*** Sales Promotion, Consumer Attitude, Consumer Interest

## ABSTRAK

**Irma Rahmayanti Fuadah, NIM. 3402190186. “PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN SIKAP KONSUMEN DI SHOOP TERHADAP MINAT KONSUMEN (Studi kasus pada ONLINE SHOP FEYZA.Clo)”. Dibawah bimbingan M Aziz Basari, S.Sos., M.M. (Pembimbing I) dan Faizal Mujadid Faruk, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Di era globalisasi ini, manusia dituntut untuk mempunyai kemampuan mobilitas yang sangat tinggi. Seiring dengan hal ini kebutuhan akan teknologi informasi dan komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting. Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Promosi Penjualan Dan Sikap Konsumen Di Shoope Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Pada Online Shop Feyza.Clo). Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Promosi penjualan, sikap konsumen dan minat konsumen di online shop Feyzadi Shoope; Pengaruh promosi penjualan di shoope terhadap minat konsumen di online shop Feyza di Shoope; Pengaruh sikap konsumen di shoope terhadap minat konsumen di online shop Feyza di Shoope; Pengaruh promosi penjualan dan sikap konsumen di shoope terhadap minat konsumen di online shop Feyza di Shoope. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey *explanatory*. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis dan uji signifikansi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa.

**Kata kunci:** Promosi Penjualan, Sikap Konsumen, Minat Konsumen

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN</b> .....	i
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen ( <i>Grand Theory</i> ).....	12
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	12
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	14
2.1.1.3 Tujuan Manajemen .....	16
2.1.1.4 Nilai Nilai Manajemen.....	17

2.1.1.5 Level Manajemen.....	19
2.1.1.6 Bidang Manajemen .....	20
2.1.1.7 Manajemen Modern .....	21
2.1.2 Kajian Manajemen ( <i>Middle Theory</i> ).....	22
2.1.2.1 Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.2.1.2 Fungsi Pemasaran .....	24
2.1.2.1.3 Strategi Pemasaran.....	25
2.1.2.1.4 Pemasaran Era Industri 4.0 .....	26
2.1.2.1.5 Tujuan Pemasaran.....	27
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti ( <i>Applied Theory</i> ) .....	28
2.1.3.1 Promosi .....	28
2.1.3.1.1 Pengertian Promosi .....	28
2.1.3.1.2 Bauran Promosi .....	29
2.1.3.1.3 Indikator Promosi .....	30
2.1.3.2 Sikap Konsumen .....	32
2.1.3.2.1 Pengertian Sikap Konsumen.....	32
2.1.3.2.2 Indikator Sikap .....	33
2.1.3.2.3 Karakteristik Sikap .....	34
2.1.3.3 Minat Konsumen.....	35
2.1.3.3.1 Pengertian Minat Konsumen .....	35
2.1.3.3.2 Indikator Minat Beli .....	36
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	38
2.2 Kerangka Pemikiran.....	39
2.2.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat	

Konsumen .....	39
2.2.2 Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat	
Konsumen .....	41
2.2.3 Pengaruh Promosi Penjualan dan Sikap Konsumen	
Terhadap Minat Konsumen .....	42
2.3 Hipotesis Penelitian.....	43

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian.....	44
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	45
3.2.1 Definisi Variabel.....	45
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	47
3.3 Populasi dan Sampel .....	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel .....	48
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Sumber Data .....	50
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	53
3.5.2 Analisis Verifikatif/Asosiatif .....	53
3.5.2.1 Analisis Parsial Pengaruh Promosi Penjualan	
Terhadap Minat Konsumen.....	54
3.5.2.2 Analisis Parsial Pengaruh Sikap Konsumen	
Terhadap Minat Konsumen.....	58
3.5.2.3 Analisis Simultan Pengaruh Promosi	

Penjualan dan Sikap Konsumen Terhadap	
Minat Konsumen.....	62
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	65
3.6.1 Tempat Penelitian .....	65
3.6.2 Waktu Penelitian.....	65

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	
4.1.2 Karakteristik Responden .....	
4.1.3 Deskripsi Variabel yang diteliti.....	
4.1.3.1 Promosi Penjualan (X1).....	
4.1.3.2 Sikap Konsumen (X2) .....	
4.1.3.3 Minat Konsumen (Y).....	
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	
4.1.4.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap	
Minat Konsumen .....	
4.1.4.2 Pengaruh Sikap Konsumen terhadap	
Minat Konsumen .....	
4.1.4.3 Pengaruh Promosi Penjualan dan Sikap	
Konsumen Terhadap Minat Konsumen .....	
4.2 Pembahasan.....	
4.2.1 Promosi Penjualan, Sikap Konsumen dan	
Minat Konsumen .....	
4.2.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat	
Konsumen.....	

4.2.3 Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat

Konsumen.....

4.2.4 Pengaruh Promosi Penjualan dan Sikap Konsumen

Terhadap Minat Konsumen .....

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan.....

5.2 Saran.....

**DAFTAR PUSTAKA.....**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rating Yang Diberikan Konsumen .....	7
Tabel 1.2	Hasil Survei .....	7
Tabel 2.1	Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli .....	15
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.2	Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif .....	51
Tabel 3.3	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi (X-Y1) .....	55
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi (X-Y2).....	59
Tabel 3.5	Jadwal Penelitian.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pengunjung Web Bulanan Shopee.....	5
Gambar 1.2	Halaman Akun Shopee Fezya.Clo.....	6
Gambar 2.1	Tingkatan Manajemen .....	19
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian .....
Lampiran 2	Rekapitulasi Kuisisioner .....
Lampiran 3	MSI.....
Lampiran 4	Validitas dan Reliabilitas.....
Lampiran 5	Uji Normalitas .....
Lampiran 6	Uji Heterokedastisitas.....
Lampiran 7	Uji Multikolinearitas.....
Lampiran 8	Uji Autokorelasi .....
Lampiran 9	Analisis Deskriptif.....
Lampiran 10	Perhitungan Manual Statistik.....
Lampiran 11	Tabel F dan t.....

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Jakarta: Mitra. Wacana Media.
- Assael. 2010. *Consumer Behavior and Marketing Action.Fifth Edition*. Cincinnati. Ohio: South-Western College Publishing.
- Bungin, M.Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke 3. Jakarta: Kencana.
- Candra Wijaya. dan Muhamad Rifa'i. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Medan: Perdana Publishing.
- Dharmesta, B.S. & Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku. Konsumen*. Yogyakarta. Fatma.
- Effendi, Usman. 2014. *Asas-Asas Manajemen*. Depok: Katalog Dalam Terbitan. (KDT).
- Hasibuan, Malayu SP. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Keempat Belas, Jakarta : Bumi Aksara.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Stanton J. William. 2010.*Prinsip Pemasaran, Penyadur Y. Lamarto*, Edisi ke 7,. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.\
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing. Service).
- Swastha.2010.*Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE.
- Titanium. The Columbia Electronic Encyclopedia, 6th ed. Diakses 31 Oktober 2015.
- Tjiptono, Fandy. 2010.*Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.

Ulber Silalahi. 2011. *Asas-asas Manajemen*. Bandung: Refika Aditama.

Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.