

**HUBUNGAN ANTARA PROMOSI DAN *VISUAL MERCHANDISING*  
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MATAHARI *DEPARTMENT*  
*STORE ARION MALL* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**BUNIAL MUSLIM**

**8135142904**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2018**

***THE CORRELATION BETWEEN PROMOTION AND VISUAL  
MERCHANDISING WITH THE PURCHASE DECISION AT MATAHARI  
DEPARTMENT STORE ARION MALL ON STUDENTS FACULTY OF  
ECONOMICS AT STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**BUNIAL MUSLIM**

**8135142904**



*Building  
Future  
Leaders*

***Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2018***

## ABSTRAK

**BUNIAL MUSLIM 8135142904, Hubungan antara Promosi dan Visual Merchandising dengan Keputusan Pembelian di Matahari Department Store Arion Mall pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.**  
Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2018.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 5 bulan terhitung sejak Februari sampai dengan Juni 2018. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian Matahari *Department Store Arion Mall* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta dan untuk mengetahui hubungan antara *visual merchandising* dengan keputusan pembelian Matahari *Department Store Arion Mall* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 105 orang. Untuk pengumpulan data peneliti menggunakan kuesioner dengan *skala likert*. Ketiga variabel yaitu Keputusan Pembelian (Y), Promosi (X1) dan *Visual Merchandising* (X2) merupakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner penelitian. Teknik analisis data yang digunakan yaitu, pertama uji persyaratan analisis yang terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas. Kedua uji regresi linear berganda. Ketiga uji hipotesis yang berisi uji t dan uji F. Keempat uji korelasi ganda. Perhitungan terakhir yaitu analisis koefisien determinasi.  $t_{hitung}$  pada variabel Promosi sebesar 2,686 dan  $t_{hitung}$  untuk variabel *Visual Merchandising* sebesar 3,327. Dimana  $t_{tabel}$  sebesar 1,65993 ini berarti terdapat pengaruh signifikan parsial variabel Promosi dan *Visual Merchandising* dengan Keputusan Pembelian. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , sedangkan untuk Uji F, didapati  $F_{hitung}$  sebesar 49,382 > nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,08. Dimana dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel Promosi dan *Visual Merchandising* dengan Keputusan Pembelian karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Persamaan regresi berganda memperoleh hasil  $\hat{Y} = 26,749 + 0,337X_1 + 0,407X_2$ . Nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,492. Ini berarti variabel Promosi (X<sub>1</sub>) dan *Visual Merchandising* (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebanyak 49,2%.

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, Promosi, *Visual Merchandising*

## ABSTRACT

**BUNIAL MUSLIM 8135142904, *The Correlation between Promotion and Visual Merchandising with The Purchase Decision at Matahari Department Store Arion Mall in Student Faculty of Economy in State University of Jakarta.* Script, Jakarta: Faculty of Economics, State University Of Jakarta. 2018.**

*This research was conducted in The Study Program of Commerce Education Student in State University of Jakarta, for 5 months, starting from February to Juny 2018. The purpose of this study is to determine the correlation between promotion with the purchase decision of Matahari Department Store Arion Mall in all student Faculty Economics in State University of Jakarta and to determine the correlation between visual merchandising with the purchase decision of Matahari Department Store Arion Mall in all student Faculty Economics in State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student Faculty Economics in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of Purposive sampling as many as 105 people. For data collecting researchers using questionnaires with Likert scale. The variables are Purchase Decision (Y), Promotion (X<sub>1</sub>) and Visual Merchandising (X<sub>2</sub>) is the secondary data obtained from the dissemination of research questionnaires. Data analysis technique used is, first test requirement analysis consisted of test of normality and test of linearity. Both multiple linear regression tests. The three hypothesis test that contains t test and F test. Fourth multiple correlation test. The last one is analysis of coefficient of determination.  $t_{count}$  on Promotion variable equal 2,686 and  $t_{count}$  on Visual Merchandising that is equal to 3,327 where  $t_{table}$  equal to 1,65443, this means there is significant partial correlation of Promotion and Visual Merchandising. Because  $t_{count} > t_{table}$ . While for test F, found the result  $F_{count}$  of 49,382  $> F_{table}$  value 3,08. Where can be drawn the conclusion that there influence simultaneously between variabel Promotion and Visual Merchandising to Purchase Decision. Because  $F_{count} > F_{table}$ , Multiple regression equation obtained result  $\hat{Y} = 26,749 + 0,337X_1 + 0,407X_2$ . R<sup>2</sup> coefficient of determination value of 0,492. This means that Promotion (X<sub>1</sub>) and Visual Merchandising (X<sub>2</sub>) variables affect Purchase Decision (Y) by 49,2%.*

***Key word: The Purchase Decision, Promotion, Visual Merchandising***

## LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 196712071992031001

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji	 .....	03 Juli 2018 .....
2.	Dra. Rochyati, M.Pd NIP. 195404031985032002	Penguji Ahli	 .....	03 Juli 2018 .....
3.	Terrylina Arvinta M, S.E,M.M NIDK. 8854660018	Sekretaris	 .....	03 Juli 2018 .....
4.	Dra. Nurahma Hajat, M.Si NIP. 195310021985032001	Pembimbing I	 .....	03 Juli 2018 .....
5.	Ryna Parlyna, MBA NIP. 197701112008122003	Pembimbing II	 .....	03 Juli 2018 .....
Tanggal Lulus: .....				

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 3 Juli 2018

Yang membuat pernyataan

  
  
Bunial Muslim

NIM. 8135142904

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Barang Siapa Keluar untuk Mencari Ilmu, Maka Dia Berada Dijalan Allah” (HR.

Turmudzi)

“Hiduplah Seperti Engkau Mati Esok Hari, dan Belajarlah Seolah Engkau Hidup

Selamanya” (Mahatma Gandhi)

“Permudahlah Jangan Mempersulit. Gembirakanlah, Jangan Menakut-Nakuti”

(Mutafaq ‘Ilaih)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya, serta berkorban dalam memberikan moril dan materil selama ini, juga untuk semua orang yang telah mendoakan, mendukung dan memberi semangat kepada saya.

Semoga mereka semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Promosi dan *Visual Merchandising* dengan Keputusan Pembelian di Matahari Department Store Arion Mall pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu, arahan, dukungan, kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Dra. Nurahma Hajat, M.Si selaku dosen pembimbing I sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan waktu selama masa perkuliahan.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu dan tenaga dalam membimbing penelitian ini.



4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis, khususnya untuk angkatan 2014, 2015, 2016 dan 2017 yang telah meluangkan waktunya.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak H. Muslimin dan Ibu Hj. Rusmini, adik-adik tersayang serta budeh tercinta Ibu Hj. Aisyah yang telah memberikan semangat berupa materil dan moril.
8. Dita Devi Septiani sebagai kekasih dan juga penyemangat dan motivasi penulis selama menyusun skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Bisnis 2014 yang telah setia menemani dan memberikan segalanya selama perkuliahan.
10. Teman-teman seperjuangan di Bimbingan Maam Ryna Parlyna.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2018

Bunial Muslim