

**PENGARUH PROMOSI DISKON, *SERVICESC*CAPE, HARGA DAN FITUR  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
SUZUYA MALL RANTAUPRAPAT**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Labuhanbatu



**OLEH :**

**PUTRI EMMA**  
**NPM : 2101100199**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LABUHAN BATU  
RANTAUPRAPAT  
2025**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : PUTRI EMMA  
NPM : 2101100199  
PROGRAM STUDI : S-I MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI DISKON, SERVICESCAPE,  
HARGA DAN FITUR PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUZUYA MALL  
RANTAUPRAPAT

RANTAUPRAPAT, FEBRUARI 2025

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING

SITI KAM'AH NASUTION, SH, M.M  
NIDN. 0104018102

MUHAMMAD RAJA SIREGAR, SE, M.Si  
NIDN. 0112039301

MENYETUJUI:

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN



PRISTYONO, SE, M.Si  
NIDN. 0116118301



ABD. HALIM, SE, M.Si  
NIDN. 0126128901

## LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : PUTRI EMMA  
NPM : 2101100199  
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI DISKON,  
*SERVICESCAPE*, HARGA DAN FITUR PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
SUZUYA MALL RANTAUPRAPAT

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian artikel ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, Februari 2025  
Yang Membuat Pernyataan



PUTRI EMMA  
NPM. 2101100199

## ABSTRAK

### **PENGARUH PROMOSI DISKON, *SERVICESCAPE*, HARGA DAN FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUZUYA MALL RANTAUPRAPAT**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi diskon, *servicescape*, harga, dan fitur produk terhadap keputusan pembelian di Suzuya Mall Rantau Prapat. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu semua pelanggan yang membeli di Suzuya Mall Rantau Prapat. Populasi tersebut tidak mengetahui pasti jumlah yang ada, sehingga diterapkan persamaan *Lemeshow* dalam melihat total sampel. Total seluruh responden pada penelitian ini yaitu 96 konsumen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi serta penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program *SPSS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi diskon, *servicescape*, harga, dan fitur produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Suzuya Mall Rantau Prapat

**Kata kunci:** Promosi Diskon, *Servicescape*, Harga, Fitur Produk, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena Kasih dan Rahmad-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan TUGAS AKHIR, yang penulis berjudul: **“PENGARUH PROMOSI DISKON, *SERVICESC*CAPE, HARGA DAN FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUZUYA MALL RANTAUPRAPAT”**. Adapun tujuan penyusunan TUGAS AKHIR ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah banyak memberi dukungan baik materi maupun spiritual sehingga penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini. Semua pihak yang memberikan bantuan berupa bimbingan maupun moral maupun material, yang terutama yang terhormat:

1. Bapak Assoc. Prof. Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, Ph.D Selaku Rektor Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Pristiyono, SE, M. Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Muhammad Irwansyah Hasibuan, SE, M. Si, Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Yuniman Zebua, SE, M.Si, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
5. Ibu Siti Lam'ah Nasution, S.H., M.M Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

6. Bapak Muhammad Raja Siregar, SE, M.Sc, Selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
8. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
9. Seluruh teman-teman satu angkatan prodi manajemen yang memberikan motivasi untuk dapat menyelesaikan Skripsi.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua, sebagai bahan referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya di bidang studi manajemen.

**Rantauprapat, Februari 2025**  
**Penulis**



**PUTRI EMMA**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Rumusan Masalah .....	12
1.5. Tujuan Penelitian .....	13
1.6. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Diskon .....	15
2.1.1 Pengertian Diskon.....	15
2.1.2 Jenis-Jenis Diskon.....	15
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Diskon...	16
2.1.4 Indikator Diskon .....	17
2.2 <i>Servicescape</i> .....	18
2.2.1 Pengertian <i>Servicescape</i> .....	18
2.2.2 Tujuan <i>Servicescape</i> .....	19
2.2.3 Indikator <i>Servicescape</i> .....	20
2.3 Harga .....	21
2.3.1 Pengertian Harga.....	21
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga .....	22
2.3.3 Strategi Harga .....	24
2.3.4 Indikator Harga .....	26
2.4 Fitur Produk .....	28
2.4.1 Pengertian Fitur Produk .....	28
2.4.2 Indikator Fitur Produk.....	29
2.5 Keputusan Pembelian .....	29
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	29
2.5.2 Proses Pengambilan Keputusan .....	30
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	32
2.6 Penelitian Terdahulu .....	33
2.7 Kerangka Konseptual .....	36
2.8 Hipotesis.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel .....	38
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39

3.4	Operasionalisasi Variabel.....	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6	Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	43
3.7	Uji Asumsi Klasik .....	44
3.7.1	Uji Normalitas.....	45
3.7.2	Uji Multikolonieritas.....	45
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.8	Teknik Analisis Data.....	46
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
3.8.2	Uji t Parsial .....	47
3.8.3	Uji F Simultan.....	47
3.8.4	Uji Koefisien Determinasi .....	48
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1.	Gambaran Umum Suzuya Mall Rantauprapat.....	49
4.1.1	Sejarah Suzuya Mall Rantauprapat.....	49
4.1.2	Visi Dan Misi Suzuya Mall Rantauprapat .....	51
4.2.	Hasil Dan Penelitian .....	52
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	54
4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	62
4.3.1	Uji Normalitas.....	62
4.3.2	Uji Multikolinieritas.....	64
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	65
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
4.5	Uji F (Simultan).....	68
4.6	Uji t (Parsial).....	69
4.7	Uji Determinasi.....	70
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
5.1	Kesimpulan .....	77
5.2	Saran .....	77
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>