ANALISIS PENGARUH *DISCOUNT* REGULER DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK DOWNY PADA SUPERMARKET ANEKA BUANA FATMAWATI

SKRIPSI

Oleh :

DESI NATALIA ARITONANG

2231150046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA

2026

ANALISIS PENGARUH *DISCOUNT* REGULER DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK DOWNY PADA SUPERMARKET ANEKA BUANA FATMAWATI

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia

Oleh :

DESI NATALIA ARITONANG

2231150046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desi Natalia Aritonang
NIM : 2231150046
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh *Discount* Reguler Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Downy Pada Supermarket Aneka Buana Fatmawati" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera dalam referensi skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 29 Juni 2026



(Desi Natalia Aritonang)

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

Analisis Pengaruh *Discount* Reguler Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Downy Pada Supermarket Aneka Buana Fatmawati

Oleh:

Nama : Desi Natalia Aritonang
NIM : 2231150046
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Peminatan : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 29 Juni 2026

Menyetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
(Fenny B.N.L Tobing, SE., MMA.)	(Assoc Prof. Dr. Posma S.J.K. Hutasoit, SE., Msi., MSE.)
NUPTK: 8941739640230062	NUPTK:7462752653130052

Ketua Program Studi S-1 Manajemen	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Jonny Siagian, S.E., M.M.)	(Indra Halim, SE., M.Ak.)
NUPTK: 8133739640130063	NUPTK:4533755656130143

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada Senin, 29 Juni 2026 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Desi Natalia Aritonang

NIM : 2231150046

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh *Discount* Reguler Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Downy Pada Supermarket Aneka Buana Fatmawati" oleh tim penguji yang terdiri dari:

	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Carolina F. Sembiring,S.E., M.M.	,Sebagai Ketua	
2	Rutman Lumbantoruan,S.E.,M.M	,Sebagai Sekretaris	
3	Fenny B.N.L Tobing, SE., MMA.	,Sebagai Anggota	

Jakarta, 29 Juni 2026

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Desi Natalia Aritonang
NIM	: 2231150046
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Jenis Tugas Akhir	: Skripsi
Judul	: Analisis Pengaruh *Discount* Reguler Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Downy Pada Supermarket Aneka Buana Fatmawati

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah di pakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Nonekslusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, 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.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 10 Juli 2026



Desi Natalia Aritonang

YESAYA 41:10 "Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang Membawa Kemenangan"

ULANGAN 31:6 "Jangan takut akan masa depanmu. Dia yang berjanji, Dia juga yang akan menepati tepat pada waktunya

"Tidak perlu menjadi sempurna untuk berarti. Teruslah bertumbuh, menjadi lebih baik, dan percaya bahwa setiap proses akan membawamu pada hal-hal indah."

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA 1953
MELAYANI, BUKAN DILAYANI

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Pengaruh *Discount* Reguler Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Downy Pada Supermarket Aneka Buana Fatmawati (ABF)".

Penelitian ini dibuat dan disusun sebagai skripsi penulis, serta sebagai syarat yang harus dipenuhi guna menempuh sidang ujian sarjana serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia (FEB UKI).

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga menyadari tidak sedikit kendala dan halangan yang dihadapi penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun berkat bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak maka penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama belajar di program studi Manajemen FEB UKI, penulis mendapat banyak ilmu dan pelajaran yang bermanfaat bagi kehidupan serta wawasan penulis. Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis banyak dibantu, diberi arahan, dukungan, serta semangat oleh orang-orang di sekitar penulis.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan kekuatan, pertolongan, pengharapan, dan penyertaan kepada penulis dalam setiap proses kehidupan serta selama penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua tercinta, Bapak Panutur Aritonang dan Ibu Purnamaria Br Batubara, serta abang tersayang Daniel Hasudungan Aritonang yang sangat penulis cintai dan sayangi, yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi, kasih sayang, dan pengorbanan yang luar biasa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

3. Ibu Prof. Angel Damayanti,S.IP.,M,SI.,M.Sc., Ph.D. Rektor Universitas Kristen Indonesia.
4. Bapak Indra Halim, S.E., M.Ak., Ak., CA., CPA., ASEAN CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia dan Ibu Dr. Netty Laura, S.E., M.M. sebagai Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.
5. Bapak Jonny Siagian, SE., MMA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
6. Ibu Fenny B.N.L. Tobing, SE, MMA. selaku dosen pembimbing materi yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Bapak assoc Prof. Dr.Posma S.J.K Hutasoit,SE.,MSi.,MSE selaku dosen pembimbing metode dan alat yang telah memberikan arahan, masukan, dukungan, serta meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen program Studi Manajemen dan staf FEB UKI yang ikut serta membantu memberikan dukungan dan bantuan penulisan skripsi ini, semoga ilmu dan pengalaman yang diberikan dapat didedikasikan untuk kesuksesan penulis di hari – hari yang akan datang.
9. Sahabat seperjuangan penulis, Deska Agnes Situmorang, Nova Marlina Simanjuntak, Mita Rusadi Manalu, dan Agnes Ditha Sitangang yang senantiasa hadir memberikan doa, dukungan, bantuan, semangat, motivasi, serta kebersamaan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini selesai. Terima kasih atas setiap perhatian, canda tawa, perjuangan, dan kebersamaan yang telah dilalui bersama sehingga menjadi kenangan dan pengalaman berharga bagi penulis.
10. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Desi Natalia Aritonang, yang telah mampu bertahan dan berjuang sampai pada di titik ini. Terima kasih karena tidak memilih menyerah meskipun banyak proses yang

harus dilewati dengan air mata, rasa lelah, kecewa, dan tekanan yang tidak selalu mudah untuk dijalani. Terima kasih karena tetap kuat, tetap percaya, dan terus melangkah walaupun sering kali merasa ragu terhadap diri sendiri. Perjalanan ini mungkin tidak mudah, tetapi setiap proses yang telah dilewati menjadi bukti bahwa penulis mampu bangkit dan bertahan dalam setiap keadaan. Semua doa, usaha, pengorbanan, dan perjuangan yang telah dilewati menjadi bukti bahwa tidak ada hasil yang mengkhianati proses. Semoga pencapaian ini menjadi awal yang baik untuk meraih mimpi, masa depan, dan kesuksesan yang lebih besar di kemudian hari. Tetaplah menjadi pribadi yang kuat, rendah hati, dan penuh semangat dalam meraih mimpi serta menghadapi setiap proses kehidupan di masa yang akan datang.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Tuhan Yesus Memberkati.

Jakarta ,2026

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI……...ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI..... iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI iv
HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI ...v
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR SINGKATAN xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
ABSTRAK xvii
ABSTRACT xviii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 13
1.3 Batasan Masalah 14
1.4 Rumusan Masalah 15
1.5 Hipotesis Penelitian 15
1.6 Tujuan Penelitian 15
1.7 Manfaat Penelitian 16
1.7.1 Manfaat Teoritis 16
1.7.2 Manfaat Praktis 16
BAB II KAJIAN PUSTAKA 17
2.1 Kajian Teori 17
2.1.1 Manajemen Pemasaran 17
2.1.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 19

2.1.3 Diskon (*Discount*) 20
2.1.4 Ketersediaan Produk 22
2.1.5 *Costumer Behavior* 23
2.1.6 Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*) 24
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan 29
2.2.1 Relevansi dan Perbedaan antara empat penelitian yang diteliti 32
2.3 Kerangka Penelitian 35
2.4 Pertanyaan Penelitian dan Hipotesis 36
BAB III METODE PENELITIAN 39
3.1 Jenis dan Desain Penelitian 39
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian 40
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 41
3.3.1 Populasi Penelitian 41
3.3.2 Sampel Penelitian 42
3.4 Definisi Operasional Variabel 42
3.4.1 Variabel Independen (X) 44
3.4.2 Variabel Dependen (Y) 45
3.5 Teknik Instrumen Pengumpulan Data 45
3.5.1 Sumber Data 45
3.5.2 Instrumen Penelitian 46
3.5.3 Transformasi Data Ordinal 47
3.5.4 Teknik Pengumpulan Data 47
3.6 Validitas dan Reliabilitas Instrumen 49
3.6.1 Uji Validitas 49
3.6.2 Uji Relialibitas 50
3.7 Teknik Analisis Data 50
3.7.1 Uji Asumsi Klasik 50
3.7.2 Uji Hipotesis 53
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2) 55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 56

4.1 Hasil Penelitian 56
4.1.1 Statistik Deskriptif 56
4.2 Pembahasan 58
4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas 58
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif 62
4.2.3 Uji Asumsi Klasik 69
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda 74
4.2.5 Uji Hipotesis 75
4.3 Keterbatasan Penelitian 82
4.4 Implikasi Manajerial 83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 85
5.1 Simpulan 85
5.2 Saran 85
DAFTAR PUSTAKA 87
LAMPIRAN 90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Ketersediaan Produk Downy 7
Tabel 1. 2 Data *Forecasting* dan *Order* Produk Downy 8
Tabel 1. 3 Data Pelaksanaan *Discount* Downy 9
Tabel 1. 4 Rekapitulasi Penjualan Produk Downy Tahun 2021–2025……10
Tabel 2. 1 Penelitian yang relevan……...29
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian 41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel 43
Tabel 3. 3 Skala likert 49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 56
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel *Discount*..... 58
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Ketersediaan Produk 58
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian 59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas 60
Tabel 4. 7 Uji Analisis Statistik Deskriptif 61
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai *Discount* 63
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Ketersediaan Produk 65
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian 66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas 68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Mutikolinearitas 71
Tabel 4. 13 Analisis Regresi Linier Berganda 73
Tabel 4.14 Uji t 75
Tabel 4. 15 Uji F 79
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Supermarket Aneka Buana Fatmawati 3
Gambar 1. 2 Grafik Penjualan Di Aneka Buana Fatmawati 11
Gambar 2. 1 Bauran Pemasaran 4P 20
Gambar 2. 2 Tahap – Tahap Proses Keptusan Pembelian 26
Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian 36
Gambar 3. 1 Alur Penelitian 40
Gambar 4. 1 Histogram Uji Normalitas 69
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedasitas 72

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA 1953
MELAYANI, BUKAN DILAYANI

DAFTAR SINGKATAN

ABF	: Aneka Buana Fatmawati
FMCG	: Fast Moving Consumer Goods
OOS	: Out of Stock
OSA	: On-Shelf Availability
P&G	: Procter & Gamble
POP	: Point of Purchase
R^2	: Koefisien Determinasi (R *Square*)
SPSS	: *Statistical Product and Service Solutions*
VIF	: *Variance Inflation Factor*

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 89
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel 94
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas 97
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas 100
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Deskriptif 101
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas 101
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas 102
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedesitas 102
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda 103
Lampiran 10 Hasil Uji t 103
Lampiran 11 Hasil Uji F 103
Lampiran 12 Dokumentasi 104

ABSTRAK

Desi Natalia Aritonang, 2231150046. Analisis pengaruh *discount* reguler dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk downy pada supermarket aneka Buana Fatmawati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *discount reguler* dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk Downy pada Supermarket Aneka Buana Fatmawati. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan penjualan produk Downy yang diduga berkaitan dengan pelaksanaan program *discount reguler* yang belum optimal serta ketidakstabilan ketersediaan produk di rak penjualan. Kondisi tersebut dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 85 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan program IBM SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *discount reguler* dan ketersediaan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk Downy pada Supermarket Aneka Buana Fatmawati. Secara simultan, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemberian potongan harga perlu didukung dengan pengelolaan ketersediaan produk yang baik agar konsumen lebih mudah memperoleh produk yang dibutuhkan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Discount* Reguler, Ketersediaan Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Desi Natalia Aritonang, 2231150046. Analysis of the influence of regular discounts and product availability on consumer purchasing decisions for Downy products at Aneka Buana Fatmawati Supermarket.

This study aims to determine the influence of regular discounts and product availability on consumer purchasing decisions for Downy products at Aneka Buana Fatmawati Supermarket. This research was motivated by a decline in Downy product sales, which is suspected to be related to the suboptimal implementation of the regular discount program and unstable product availability on sales shelves. These conditions can influence consumer purchasing decisions. This study used a quantitative method with a survey approach by distributing questionnaires to 85 respondents selected using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using IBM SPSS through validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and coefficients of determination (R^2).

The results indicate that regular discounts and product availability influence consumer purchasing decisions for Downy products at Aneka Buana Fatmawati Supermarket. Simultaneously, both variables influence consumer purchasing decisions. This demonstrates that a discount strategy needs to be supported by effective product availability management to make it easier for consumers to obtain the products they need, thus increasing purchasing decisions.

Keywords: Regular Discount, Product Availability, Purchasing Decision