

**PENGARUH PRICE DISCOUNT FRAMING DAN CITRA  
MEREK TERHADAP NIAT BELI DI RAMAYANA  
PALEMBANG DENGAN PERSEPSI KONSUMEN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**



**Oleh :**

**ARINA MANASIKANA  
NIM : 1656200029**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN  
Raden Fatah Palembang untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN FATAH  
PALEMBANG  
2021**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

---

**Formulir E.4**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

Nama : Arina Manasikana  
Nim/Jurusan :1656200029 / Ekonomi Syari'ah  
Judul Skripsi : Pengaruh Price Discount Framing dan Citra Merek terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang dengan Persepsi Konsumen Sebagai Variabel Intervening

Telah diterima dalam ujian munasabah pada tanggal 11 Februari 2021

RANITIKA ULLAN SUBIRGSI

t.t: *Cecil N. Hall*

Tanggal Pembimbing Kedua : Fernando Africano, S.EL., M.Si

t.t.: 

Tanggal Penguji Utama : Dr. Heri Junaidi, M.A

tt\*

Tanggal Pengaji Kedua : Tariza Putri Ramayanti, S.E, M.Si

t.t;

Tanggal Ketua : Disfa Lidian Handayani, SEI, MEI

t.t :

Sekretaris : M. Iqbal, M.E

t t :



**DEPARTEMEN AGAMA RI  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126*

---

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul : Pengaruh Price Discount Framing dan Citra Merek Terhadap Niat Beli  
di Ramayana Palembang dengan Persepsi Konsumen Sebagai Variabel  
Intervening

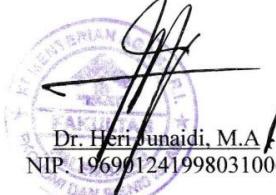
Ditulis oleh : Arina Manasikana

NIM : 1656200029

Telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang, Februari 2021

Dekan,

  
  
Dr. Heri Junaidi, M.A.  
NIP. 196901241998031006

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arina Manasikana

Nim : 1656200029

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Judul Skripsi : Pengaruh Price Discount Framing dan Citra Merek Terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang dengan Persepsi Konsumen Sebagai Variabel Intervening

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang diunjuk sumbernya.

Palembang, 03 Februari 2021

Saya yang menyatakan,



Arina Manasikana

1656200029



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UIN RADEN FATAH PALEMBANG**  
**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

---

---

**Formulir C**

**Hal: Persetujuan Ujian Skripsi**

Kepada Yth.,

Ketua Prodi S1 Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Raden Fatah

Palembang

Judul Skripsi : Pengaruh *Price Discount Framing* dan Citra Merek terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang dengan Persepsi Konsumen Sebagai Variabel Intervening

Ditulis Oleh : Arina Manasikana

Nim/Program Studi : 1656200029 / Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diujikan dalam ujian *Komprehensif* dan sidang *Munaqosyah* ujian skripsi.  
*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Palembang, Desember 2020

Pembimbing Utama

Dr. Chandra Maulana, MM

NIP. 197912232009121002

Pembimbing Kedua

Fernando Africano, S.EI., M.Si

NIDN. 0229048073



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UIN RADEN FATAH PALEMBANG**  
**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

---

**Formulir C2**

**NOTA DINAS**

Kepada Yth.,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang

*Assalamualaikum wr. wb*

Disampaikan dengan Hormat, Setelah melakukan Bimbingan, arahan dan koreksi terhadap naskah skripsi yang berjudul

**“Pengaruh Price Discount Framing dan Citra Merek terhadap Niat Beli  
di Ramayana Palembang dengan Persepsi Konsumen  
Sebagai Variabel Intervening”**

Yang tertulis oleh :

Nama : Arina Manasikana

Nim: 1656200029

Program Studi : Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diajukan dalam ujian *Komprehensif* dan sidang *Munaqosyah* ujian skripsi

*Wassalamu’alaikum wr.wb*

Palembang, Desember 2020

Pembimbing Utama

Dr. Chandra Zaki Maulana, MM

NIP. 197912232009121002

Pembimbing Kedua

Fernando Africano, S.EI., M.Si

NIDN. 0229048073

## **MOTTO DAN PERSEMPAHAN**

**بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ**

### **Motto :**

**“Teruslah bermimpi, tak peduli terwujud ataupun  
belum karena tak ada usaha yang menghianati hasil”**

**(Arina Manasikana)**

### **PERSEMPAHAN :**

**Skripsi ini di dedikasian kepada :**

- 1. Masyarakat yang perhatian terhadap Ekonomi Syariah**
- 2. Almamater UIN Raden Fatah Palembang**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *price discount framing* dan citra merek terhadap niat beli di Ramayana Palembang dengan persepsi konsumen sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan objek penelitiannya adalah konsumen Ramayana Palembang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 75 responden dengan penarikan sampel menggunakan metode teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik yang digunakan yaitu uji Normalitas, Linearitas, Multikolinieritas, dan Heterokedasitas, dan menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) secara parsial *price discount framing*, citra merek, dan persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli di Ramayana Palembang. 2) Uji F menunjukkan bahwa *price discount framing*, citra merek, dan persepsi konsumen secara simultan mempengaruhi niat beli di Ramayana Palembang. 3) Dengan *Path analysis* dan Uji *Sobel* menunjukkan bahwa persepsi konsumen mampu memediasi *price discount framing* terhadap niat beli di Ramayana Palembang dan persepsi konsumen mampu memediasi pengaruh citra merek terhadap niat beli di Ramayana Palembang.

**Kata Kunci : *Price discount framing*, Citra Merek, Persepsi Konsumen dan Niat Beli di Ramayana Palembang**

## **PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA**

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah Sistem Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI no. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

### **A. Konsonan**

Huruf	Nama	Penulisan
ا	Alif	'
ب	Ba	B
ت	Ta	T
ث	Tsa	<u>S</u>
ج	Jim	J
ح	Ha	<u>H</u>
خ	Kha	Kh
د	Dal	D
ذ	Zal	<u>Z</u>
ر	Ra	R
ز	Zai	Z
س	Sin	S
ش	Syin	Sy
ص	Sad	Sh
ض	Dlod	Di
ط	Tho	Th
ظ	Zho	Zh
ع	'Ain	'
غ	Gain	Gh
ف	Fa	F
ق	Qaf	Q
ك	Kaf	K
ل	Lam	L
م	Mim	M

ن	Nun	N
و	Waw	W
هـ	Ha	H
ءـ	Hamzah	'
يـ	Ya	Y
ةـ	Ta (Marbutoh)	I

### B. Ta` Marbûthah

1. Ta` marbûthah sukun ditulis h contoh بِعِبَادَةٍ ditulis *bi ibâdah*.
2. Ta` marbûthah sambung ditulis t contoh بِعِبَادَةِ رَبِّهِ ditulis *bi ibâdat rabbih*.

### C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal
  - a. Fathah (---) = a
  - b. Kasrah (--) = i
  - c. Dhammah (---) = u
2. Vokal Rangkap
  - a. ( ي ) = ay
  - b. ( ي- ) = ây
  - c. ( و ) = aw
  - d. ( و- ) = âw

### 3. Vokal Panjang

a. ( ِ---) = â

b. ( ِـــ) = ï

c. ( ـــ) = û

## D. Kata Sandang

Penulisan *al qamariyyah* dan *al syamsiyyah* menggunakan *al-*:

1. *Al qamarîyah* contohnya: ”الحمد“ ditulis *al-ḥamd*

2. *Al syamsîyah* contohnya: ”النمل“ ditulis *al-naml*

## E. Daftar Singkatan

H = Hijriyah

M = Masehi

h. = halaman

swt. = *subḥānahu wa ta’ālā*

saw. = *sall Allāh ‘alaih wa sallam*

QS. = al-Qur`ân Surat

HR. = Hadis Riwayat

terj. = terjemah

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan karunia, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Price discount framing, dan Citra Merek Terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang dengan Persepsi Konsumen Sebagai Variabel Intervening”**, sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang. Shalawat serta salam tak lupa dituturkan kepada suri tauladan umat manusia yaitu Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, ucapan terima kasih pertama disampaikan dengan sepenuh takzim dan rasa hormat kepada kedua orang tua tercinta dan terkasih, Ayahanda Jemad Akhir dan Ibunda Siti Mardliyah, terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah henti dipanjangkan dan kasih sayang yang tidak pernah henti diberikan, membantu dan mendukung baik secara moril maupun materil, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dan penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. H. Nyayu Khodijah, S.Ag. M.A, selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.

2. Bapak Dr. Heri Junaidi, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
3. Ibu Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Ibu Disfa Lidian Handayani, M.E.I selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
5. Ibu Dr. Hj. Qodariah Barkah, M.H.I., pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan saran selama masa perkuliahan.
6. Bapak Dr. Chandra Zaky Maulana, SE, MM dan Bapak Fernando Africano, S.EI, M.Si selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
7. Segenap Dosen, Staf Administrasi dan Pengurus Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.
8. Keluarga Besarku, saudaraku, dan sepupuku (Mas Albab, Mbak Monika, Adek Absor, dek Vira, Mifta, Yuk Rahma, Istiqomah, dedek Dzikra, Yuk Ulil, Kak Ma'ruf, Lia dan yang lainnya) terimakasih atas dukungan dan semua hal yang kalian berikan.
9. Sahabat-sahabat tercinta Berliana Ayu Ramadhani, Ayu Rahma Tiara, Cicilia Isti Widia Ningsih, Rani Puspa dan

Rahmi Jumiati terimakasih untuk suka duka nya, saran, motivasi dukungan selama ini, kalian sahabat luar biasa. Yakinlah kita akan sukses bersama.

10. Teman-teman seperjuanganku Keluarga Besar Ekonomi Syariah 1 Angkatan 2016.
11. Keluarga Besar KKN Reguler Kelompok 78 Desa Sukadamai OKI.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan.

Akhirul kalam dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Segala kekurangan dalam skripsi ini adalah tanggung jawab penulis sepenuhnya.

*Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Palembang, Februari 2021

Penulis

**ARINA MANASIKANA**

**NIM.1656200029**

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN SRIPSI UNTUK DI UJI .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	15
E. Sistematika Penulisan .....	16

## **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

A. Landasan Teori .....	19
1. Teori Perilaku Konsumen .....	19
2. Ritel .....	22
3. Niat Beli .....	26
4. Persepsi Konsumen .....	34
5. <i>Price discount framing</i> .....	38
6. Citra Merek.....	46
B. Penelitian Terdahulu .....	50
C. Pengembangan Hipotesis .....	52
D. Kerangka Pemikiran .....	62
E. Hipotesis .....	63

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Ruang Lingkup Penelitian .....	65
B. Desain Penelitian .....	65
C. Jenis dan Sumber Data .....	65
1. Jenis Penelitian .....	65
2. Sumber Data .....	66
D. Populasi dan Sampel.....	66
E. Teknik Pengumpulan Data .....	68
F. Variabel Penelitian .....	69
G. Definisi Operasional Variabel .....	70
H. Instrument Penelitian.....	71
1. Uji Validitas.....	71
2. Uji Reliabilitas .....	72

I.	Teknik Analisis Data .....	73
1.	Uji Asumsi Klasik .....	73
2.	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	76
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	93
B.	Karakteristik Responden.....	94
C.	Hasil Analisis Instrumen .....	98
1.	Uji Validitas.....	98
2.	Uji Reliabilitas .....	101
D.	Hasil Analisis Data .....	102
E.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	128
 <b>BAB V PENUTUP</b>		
A.	Kesimpulan .....	141
B.	Saran .....	143
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>145</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>148</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laba Bruto Ramayana Tahun 2017 – 2018 .....	4
Tabel 1.2	<i>Research gap Price discount framing</i> terhadap Niat Beli .....	9
Tabel 1.3	<i>Research gap Price discount framing</i> terhadap Persepsi Konsumen .....	9
Tabel 1.4	<i>Reseach Gap</i> Citra merek terhadap Niat Beli .....	10
Tabel 1.5	<i>Reseach Gap</i> Citra merek terhadap Persepsi Konsumen .....	11
Tabel 1.6	<i>Reseach Gap</i> Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli .....	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	50
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	70
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Berbelanja di Ramayana Palembang .....	96
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Berkunjung ke Ramayana Palembang .....	97
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Instrumen .....	99
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas Instrumen.....	101
Tabel 4.6	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test .....	102
Tabel 4.7	Uji Linieritas Persamaan 1 <i>Price discount framing</i> dan Citra Merek Terhadap Persepsi Konsumen .....	103
Tabel 4.8	Uji Linieritas Persepsi Konsumen, <i>Price discount framing</i> , Citra Merek Terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang.....	104

Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas dengan <i>Tolerance</i> dan VIF .....	105
Tabel 4.10	Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji <i>White</i> .....	106
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) ....	107
Tabel 4.12	ANOVA dengan Nilai F dan Sig .....	108
Tabel 4.13	Pengaruh <i>Price discount framing</i> dan Citra Merek terhadap Persepsi Konsumen .....	109
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) ....	111
Tabel 4.15	ANOVA dengan Nilai F dan Sig .....	112
Tabel 4.16	Pengaruh <i>Price discount framing</i> , Citra Merek dan Persepsi Konsumen terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang .....	113
Tabel 4.17	Koefisien <i>Price discount framing</i> terhadap Persepsi Konsumen .....	119
Tabel 4.18	Koefisien Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang.....	120
Tabel 4.19	Koefisien Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli di .....	120
Tabel 4.20	Koefisien Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang.....	120
Tabel 4.21	Hasil Perhitungan Sobel Test.....	121
Tabel 4.22	Koefisien Citra Merek terhadap Persepsi Konsumen .....	122
Tabel 4.23	Koefisien Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang.....	123
Tabel 4.24	Koefisien Citra Merek terhadap Persepsi Konsumen .....	123

Tabel 4.25	Koefisien Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli di Ramayana Palembang.....	123
Tabel 4.26	Hasil Perhitungan Sobel <i>Test</i> .....	124

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	: Kerangka Pemikiran .....	63
Gambar 3.1	: Skema Hubungan Variabel.....	77
Gambar 4.1	: Skema Persamaan Substruktural I .....	107
Gambar 4.2	: Skema Persamaan Substruktural II .....	110
Gambar 4.3	: Skema Hasil Analisis dengan <i>Casual Step</i> .....	115
Gambar 4.4	: Skema Hasil Analisis dengan <i>Casual Step</i> .....	117