

LAPORAN SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERDASARKAN FAKTOR-
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN ZONA PARFUM SEMARANG**



DIKA IQBAL PRAYOGI

17.D1.0186

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERDASARKAN FAKTOR-
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN ZONA PARFUM SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun oleh :

Nama : Dika Iqbal Prayogi

NIM : 17.D1.0186

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dika Iqbal Prayogi

NIM : 17.D1.0186

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ZONA PARFUM SEMARANG”** adalah hasil penelitian saya sendiri dengan supervisi dari dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia menerima sanksi akademik apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar.

Semarang, 02 Agustus 2022

Yang menyatakan


Dika Iqbal Prayogi

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
BERDASARKAN FAKTOR - FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN ZONA PARFUM
SEMARANG

Diajukan oleh : Dika Iqbal Prayogi
NIM : 17.D1.0186
Tanggal disetujui : 29 Agustus 2022
Telah setuju oleh
Pembimbing : Y. Wisnu Djati Sasmito S.E., M.Si.
Penguji 1 : Meniek Srining Prapti S.E., M.Si.
Penguji 2 : Dr. Rustina Untari M.Si.
Penguji 3 : Y. Wisnu Djati Sasmito S.E., M.Si.
Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.
Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.D1.0186

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dika Iqbal Prayogi
Nomor Induk Mahasiswa : 17.D1.0186
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ZONA PARFUM SEMARANG” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 02 Agustus 2022

Yang menyatakan


Dika Iqbal Prayogi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan kasihnya. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ZONA PARFUM SEMARANG”. Dalam menyusun skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi (S1) Manajemen pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Tidak sedikit hambatan yang dialami oleh peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, dengan adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia yang diberikan kepada peneliti.
2. Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pemikiran untuk membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Dosen penguji yang telah memberikan masukan dan bantuan kepada penulis untuk penyusunan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen program studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata yang sudah memberikan ilmu kepada peneliti.
5. Untuk kedua orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material yang diberikan kepada peneliti selama ini.
6. Untuk teman-teman yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Pihak-pihak yang lain yang tidak dapat dituliskan satu persatu oleh peneliti.

Semarang, 02 Agustus 2022



Dika Iqbal Prayogi

ABSTRAK

Modernisasi dan globalisasi telah mengakibatkan peningkatan permintaan produk wewangian atau parfum dari segala usia. Di antara berbagai macam jenis parfum, salah satu yang memiliki banyak peminat adalah parfum isi ulang (*refill*). Bisnis parfum isi ulang cukup menjanjikan karena masyarakat cenderung menyukai produk berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau. Zona Parfum merupakan bisnis yang menjual parfum isi ulang (*refill*) berkualitas premium dengan persentase kemiripan 80% mendekati parfum original. Zona Parfum beroperasi sejak tahun 2017 dan berlokasi di jalan Menoreh Raya nomor 24, Sampangan, Kota Semarang, Jawa Tengah. Pada penelitian ini akan dirancang strategi pengembangan usaha berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk bisnis parfum *refill* Zona Parfum Semarang. Variable yang akan diteliti adalah kualitas produk, ketersediaan produk, harga, kemasan, promosi, dan keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan membagikan kuesioner pada 106 sampel pria atau wanita berusia 17-45 tahun dan konsumen yang pernah membeli produk Zona Parfum Semarang. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk, ketersediaan produk, dan kemasan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Zona Parfum Semarang. Strategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian Zona Parfum Semarang berdasarkan analisis SWOT adalah strategi SO, yaitu membuka toko *online* di *marketplace* Shopee, melakukan promosi *online* untuk target pasar anak muda dengan sistem *endorsement* di aplikasi Instagram dan Tiktok, merancang produk baru dengan merek sendiri, meningkatkan kualitas bahan dan aroma parfum, menambah varian produk dan memperbaiki sistem stok, serta merancang desain kemasan baru yang lebih menarik dan informatif.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Parfum, Pengembangan Usaha

ABSTRACT

Modernization and globalization have resulted in an increase in the demand for fragrance products or perfumes of all ages. Among the various types of perfume, one that has a lot of interest is refill perfume. The refill perfume business is quite promising because people tend to like quality products at more affordable prices. Zona Parfum is a business that sells premium quality refill perfumes with an 80% similarity percentage to the original perfume. The Perfume Zone has been operating since 2017 and is located at Jalan Menoreh Raya number 24, Sampangan, Semarang City, Central Java. In this study, a business development strategy will be designed based on the factors that influence consumer purchasing decisions for the perfume refill business of the Semarang Perfume Zone. The variables to be studied are product quality, product availability, price, packaging, promotion, and consumer purchasing decisions. The research method used is quantitative by distributing questionnaires to 106 samples of men or women aged 17-45 years and consumers who have purchased products from the Semarang Perfume Zone. The results of this study are product quality, product availability, and packaging have a significant positive influence on consumer purchasing decisions in the Perfume Zone of Semarang. The right strategy to improve the purchase decision of the Semarang Perfume Zone based on a SWOT analysis is the SO strategy, namely opening an online store in the Shopee marketplace, conducting online promotions for the target market of young people with an endorsement system on the Instagram and Tiktok applications, designing new products with their own brands, improving quality perfume ingredients and scents, adding product variants and improving the stock system, as well as designing new packaging designs that are more attractive and informative.

Keywords: *Business Development, Perfume, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Definisi Teori.....	8
2.1.1 Kualitas Produk.....	8
2.1.2 Ketersediaan Produk.....	8
2.1.3 Harga.....	9
2.1.4 Kemasan.....	10
2.1.5 Promosi.....	11
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	14
2.4 Kerangka Pikir.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Lokasi Penelitian.....	20
3.3 Jenis Data.....	20

3.4	Definisi Operasional Variabel	21
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.6	Metode Analisis Data	22
3.7	Metode Analisis Strategi Pengembangan Usaha	26
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Profil Bisnis Zona Parfum Semarang	29
4.2	Gambaran Umum Konsumen Zona Parfum Semarang	31
4.3	Hasil Olah Data.....	33
4.4	Strategi Pengembangan Zona Parfum Semarang	43
BAB V PENUTUP.....		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN.....		71

