

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
ALUMINIUM PADA PT UTAMA SAKTI DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Homa Riyanto
140910275**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
ALUMINIUM PADA PT UTAMA SAKTI DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Homa Riyanto
140910275**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Homa Riyanto
NPM/NIP : 140910275
Fakultas : Bisnis
Progam Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Aluminium Pada PT Utama Sakti di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 3 Februari 2018

Homa Riyanto

140910275

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
ALUMINIUM PADA PT UTAMA SAKTI DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Homa Riyanto
140910275**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 03 Februari 2018

**Raymond, S.E., M.Sc.
Pembimbing**

ABSTRAK

Saat ini perkembangan di bidang aluminium sangat pesat dan membawa dampak besar pada industri aluminium di Indonesia. Perkembangan di dunia aluminium terjadi karena tingkat permintaan masyarakat modern yang tinggi dalam membuat jendela, kusen-kusen pintu, pintu yang mewah. Dengan melihat permintaan masyarakat tersebut menyebabkan perusahaan yang bergerak dalam industri aluminium khususnya kontraktor-kontraktor rumah dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan tersebut. Indikator pada variabel harga yaitu Keterjangkauan Harga, Potongan Harga/*Discount*, Syarat-Syarat Pembayaran, Harga mencerminkan kualitas. Indikator pada variabel promosi yaitu Promosi penjualan, Periklanan, Pemasaran langsung. Indikator pada variabel keputusan konsumen yaitu Kebutuhan dan keinginan akan suatu barang, Rekomendasi dari orang terdekat, Kepuasan penggunaan suatu produk. Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 260 orang dan sampel penelitian ini sebanyak 157 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dengan menggunakan rumus Slovin. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola dan menganalisis data penelitian ini adalah SPSS versi 21. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolineritas, uji heterokodastisitas. Uji pengaruh menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2). Pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Berdasarkan hasil uji statistik diketahui variabel harga, promosi dan keputusan konsumen merupakan data berdistribusi normal, variabel bebas tidak terjadi multikolineritas dan heterokodastisitas. Hasil penelitian menunjukkan harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli aluminium pada PT Utama Sakti. Secara parsial variabel harga (X1) dan harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan konsumen (Y).

Kata kunci: Harga, Promosi, Keputusan konsumen

ABSTRACT

Currently the development in the field of aluminum is very rapid and brings a huge impact on the aluminum industry in Indonesia. The development in the world of aluminum occurs because of the high demand of modern society in making windows, door frames, fancy doors. By looking at the demand of the community, companies in the aluminum industry, especially home contractors are required to keep up with these developments. Indicators on price variables are Affordability Price, Discounted Price, Payment Terms, Price reflects the quality. Indicators on promotional variables are Sales Promotion, Advertising, Direct Marketing. Indicators on consumer decision variables ie Needs and desires for a good, Recommendations from the nearest person, Satisfaction of the use of a product. The population in this study is as many as 260 people and the sample of this study as many as 157 people. The sampling technique used is Purposive Sampling, using Slovin formula. The software used to manage and analyze this research data is SPSS version 21. Data analysis used is classical assumption test consist of normality test, multicollinearity test, heterokodasticity test. Test of influence using multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis (R^2). Hypothesis testing using t test and test f. Based on the results of statistical tests known that price variables, promotions and consumer decisions are normal distributed data, independent variables do not occur multicollinearity and heterokodastisitas. The result of research shows that price and promotion simultaneously have significant influence to consumer decision in buying aluminum at PT Utama Sakti. Partially price variable (X_1) and price (X_2) have positive and significant influence to consumer decision variable (Y).

Keywords: Price, Promotion, Consumer Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi pendidikan;
6. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan nasehat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini;
7. Kepada seluruh teman-teman yang senantiasa membantu penulis baik berupa saran maupun kritikan.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 3 Februari 2018

Homa Riyanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.6.1. Manfaat Teoritis	9
1.6.2. Manfaat Praktis	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar	11
2.1.1. Harga	11
2.1.1.1. Pengertian Harga.....	11
2.1.1.2. Peranan Harga.....	13
2.1.1.3. Menetapkan Harga	13
2.1.1.4. Strategi Penetapan Harga	16
2.1.1.5. Strategi Potongan Harga	18
2.1.1.6. Strategi Syarat-Syarat Pembayaran.....	19
2.1.1.7. Tujuan Penetapan Harga	19
2.1.1.8. Indikator Harga	21
2.1.2. Promosi.....	22
2.1.2.1. Pengetian Promosi	22
2.1.2.2. Bauran Promosi.....	23
2.1.2.3. Tujuan Promosi.....	28
2.1.2.4. Indikator Promosi.....	33
2.1.3. Keputusan Pembelian	33

2.1.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian	33
2.1.3.2. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	35
2.1.3.3. Faktor-faktor Perilaku Konsumen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	38
2.1.3.4. Indikator Keputusan Pembelian	42
2.2. Penelitian Terdahulu	42
2.3. Kerangka Pemikiran	44
2.4. Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	46
3.2. Operasional Variabel	47
3.2.1. Variabel Terikat (Dependent Variabel).....	47
3.2.2. Variabel Bebas (<i>Independence Variable</i>).....	47
3.3. Populasi dan Sampel.....	49
3.3.1. Populasi	49
3.3.2. Sampel	50
3.4. Teknik Pengumpulan Data	51
3.5. Metode analisis Data.....	52
3.5.1. Analisis Deskriptif.....	53
3.5.2. Uji Validitas Data	53
3.5.3. Uji Reliabilitas Data	56
3.5.4. Uji Asumsi Dasar	57
3.5.5. Uji Asumsi Klasik	58
3.5.6. Uji Hipotesis.....	59
3.5.6.1. Analisis Regresi Linear Berganda	59
3.5.6.2. Analisis Determinasi (R^2).....	61
3.5.6.3. Uji Signifikansi Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t).....	62
3.5.6.4. Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak (Uji F) ...	62
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	63
3.6.1. Lokasi Penelitian	63
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden	64
4.1.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	65
4.1.3. Profil Responden Berdasarkan Status Pembeli	66
4.2. Hasil Penelitian.....	67
4.2.1. Analisis Deskriptif.....	67
4.2.1.1. Deskripsi Variabel Harga (X1)	67
4.2.1.2. Deskripsi Variabel Promosi (X2).....	71
4.2.1.3. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	75
4.2.2. Hasil Uji Metode Analisis Data	78
4.2.2.1. Hasil Uji Validitas.....	78
4.2.2.1.1. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)	79

4.2.2.1.2. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	79
4.2.2.1.3. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	80
4.2.2.2. Hasil Uji Realibilitas.....	81
4.2.2.2.1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)	81
4.2.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2).....	82
4.2.2.2.3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	82
4.2.3. Hasil Uji Asumsi	83
4.2.3.1. Uji Normalitas.....	83
4.2.3.2. Uji Multikolinearitas	85
4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.2.3.4. Hasil Uji Hipotesis	87
4.2.3.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.2.3.5. Analisis Determinasi (R ²).....	88
4.3. Uji Hipotesiss	89
4.3.1. Uji Parsial (Uji t)	89
4.3.2 Uji Secara Serempak (Uji F)	90
4.4. Pembahasan	91

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	93
5.2. Saran	94

DAFTAR PUSTAKA	96
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	38
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	45
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas.....	83
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot).....	83
Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas (Scatterplot).....	86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Aluminium 2016.....	5
Tabel 1.2 Data Penjualan Aluminium Aluprima.....	5
Tabel 1.3 Harga Aluminium	6
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	48
Tabel 3.2 Range Validitas	55
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	63
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status Pembelian	66
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskriptif	67
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Harga.....	68
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Promosi	72
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Harga).....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Promosi)	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Y (Keputusan Pembelian)	80
Tabel 4.11 Uji Realibiliats Harga.....	81
Tabel 4.12 Uji Realibiliats Promosi	82
Tabel 4.13 Uji Realibiliats	82
Tabel 4.14 Uji Kolmogorov-Smirnov	84
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	85
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
Tabel 4.17 Tabel Determinasi	88
Tabel 4.18 Uji T	89
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Serempak (Uji F)	91

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	50
Rumus 3.2 Pearson Product Moment.....	56
Rumus 3.3 Uji Reabilitas	57
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	60
Rumus 3.5 Uji R^2	61
Rumus 3.6 Uji R^2	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Penelitian Terdahulu
Lampiran II Kuesioner
Lampiran III Hasil Kuesioner
Lampiran IV Hasil *Output* SPSS
Lampiran V R Tabel
Lampiran VI F Tabel
Lampiran VII T Tabel