

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT BAGUS PRIMA
QUALITY DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Sabrina
150910336**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT BAGUS PRIMA
QUALITY DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Sabrina
150910336**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 28 Januari 2019

Yang membuat pernyataan,

Sabrina
150910336

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT BAGUS PRIMA
QUALITY DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Sabrina
150910336**

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

Batam, 28 Januari 2019

**Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat menjadikan perusahaan berkompetisi untuk dapat memaksimalkan penjualannya. Setiap perusahaan harus memilih cara yang tepat sasaran untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT Bagus Prima Quality di Kota Batam. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi (X1), harga (X2), dan keputusan pembelian (Y). Jumlah responden Pada PT Bagus Prima Quality sebanyak 120 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampel jenuh sehingga jumlah sampel yaitu 120 responden. Metode pengumpulan data yaitu dengan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji pengaruh dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi (R^2), uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji-t parsial dan uji-F simultan dengan menggunakan program SPSS Versi 20. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian adalah signifikan dimana t hitung lebih besar dari t tabelnya, pengaruh harga juga signifikan, dan secara simultan memiliki nilai F hitung lebih besar dari F tabelnya. Sedangkan nilai R^2 sebesar 34,1% penelitian ini dipengaruhi oleh promosi dan variabel harga, sementara sisanya sebesar 65,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Increasingly tight competition makes companies compete to be able to maximize sales. Every company must choose the right way to increase consumer purchasing decisions. The purpose of this study is to determine the effect of promotions and prices on purchasing decisions at PT Bagus Prima Quality in Batam City. The variables used in this study are promotion (X1), price (X2), and purchasing decisions (Y). The number of respondents in PT Bagus Prima Quality as many as 120 people with sampling techniques namely saturated samples so that the number of samples is 120 respondents. The method of data collection is by questionnaire. The data analysis technique used are descriptive analysis, data quality test in this research using validity test and reliability test, classic assumption in this research test using normality test, multicollinearity test, heterocedasticity test, influence test in this research using multiple linear regression analysis and coefficient of determination (R²), while hypothesis test in this research using partial t-test and simultaneous F-test using software program SPSS Version 20. Based on the results of the analysis note that promotion has a positive and significant impact on purchasing decisions. Price has a positive and significant impact on purchasing decisions. The influence of promotion on purchasing decisions is significant where t count is greater than t table, the influence of price is also significant, and simultaneously has the value of F count is greater than F table. While the R² value of 34.1% of this research influenced by variable promotion and price, while the remaining 65.9% influenced by other variables that are not examined.

Keywords: Promotion, Price, Purchasing 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 Bisnis 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 proposal 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 Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si., selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si., selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Ibu Heriana Mariana selaku Direktur PT Bagus Prima Quality yang telah memberikan ijin dalam penelitian.
7. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendoakan dan memberi semangat buat penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada seluruh teman-teman mahasiswa/mahasiswi program studi Manajemen di kelas Nagoya atas kebersamaan dan kerjasamanya selama ini.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan motivasi khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 28 Januari 2019

Sabrina

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	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
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Konsep Teoritis	10
2.1.1 Promosi.....	10
2.1.1.1 Tujuan Promosi	11
2.1.1.2 Jenis-jenis Promosi.....	12
2.1.1.3 Indikator Promosi.....	13
2.1.2 Harga	14
2.1.2.1 Tujuan Penetapan Harga	15
2.1.2.2 Metode Penetapan Harga	16
2.1.2.3 Faktor-Faktor Dalam Penetapan Harga.....	17
2.1.2.4 Indikator Harga	19
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.3.1 Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian.....	21
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
2.1.3.3 Struktur Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Berpikir	29
2.3.1 Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	29

2.3.2	Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.3	Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4	Hipotesis Penelitian	33
BAB III	METODE PENELITIAN	34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Operasional Variabel	34
3.2.1	Variabel Independen	35
3.2.1.1	Promosi	35
3.2.1.2	Harga	36
3.2.2	Variabel Dependen (Y)	37
3.2.2.1	Keputusan Pembelian	37
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.3.1	Populasi	39
3.3.2	Sampel	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5	Metode Analisis Data	42
3.5.1	Uji Kualitas Data	42
3.5.1.1	Uji Validitas	42
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	43
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	44
3.5.2.1	Uji Normalitas	44
3.5.2.2	Uji Multikolinearitas	45
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas	46
3.5.3	Uji Pengaruh	47
3.5.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.5.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	47
3.5.4	Uji Hipotesis	48
3.5.4.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	48
3.5.4.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	50
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	51
3.6.1	Tempat Penelitian	51
3.6.2	Jadwal Penelitian	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Profil Responden	52
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Umur	54
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	55
4.2.1	Statistik Jawaban Responden Variabel Promosi (X_1)	55
4.2.2	Statistik Jawaban Responden Variabel Harga (X_2)	56
4.2.3	Statistik Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.3.1	Hasil Uji Validitas	58
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	61
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	62

4.4.1	Hasil Uji Normalitas Data	62
4.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	65
4.4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas	66
4.5	Hasil Uji Pengaruh	67
4.5.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.5.2	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	68
4.6	Hasil Uji Hipotesis	69
4.6.1	Hasil Uji T (Parsial)	69
4.6.2	Hasil Uji F (Simultan)	70
4.7	Pembahasan	71
4.7.1	Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bagus Prima Quality	71
4.7.2	Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bagus Prima Quality	73
4.7.3	Promosi dan Harga Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bagus Prima Quality	74
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1	Simpulan	75
5.2	Saran	76

DAFTAR PUSTAKA	77
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.3 Diagram <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	63
Gambar 4.4 Diagram Histogram Normalitas	64
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Selama Kurun Waktu 6 Bulan	2
Tabel 1.2 Tabel perbandingan harga antara PT Bagus Prima Quality dengan beberapa pesaing.	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	38
Tabel 3.2 Skala Likert	41
Tabel 3.3 <i>Range</i> Validitas	42
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas	44
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	51
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	54
Tabel 4.3 Tabel Rentang Nilai	55
Tabel 4.4 Respon Terhadap Promosi	56
Tabel 4.5 Respon Terhadap Harga.....	57
Tabel 4.6 Respon Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Promosi (X_1).....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Harga (X_2)	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas.....	65
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	68
Tabel 4.15 Hasil Uji-t (Parsial)	69
Tabel 4.16 Hasil Uji-f (Simultan).....	71

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Pearson Product Moment</i>	43
Rumus 3.2 <i>Cronbach's Alpha</i>	43
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda.....	47
Rumus 3.4 Uji-t	49
Rumus 3.5 Uji-F	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pendukung Penelitian**
- Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup**
- Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian**