

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEPUNG
TERIGU JAWARA PADA PELANGGAN PT PACIFIC
BATAM PERKASA**

SKRIPSI



**Oleh :
Septarianto
140910090**

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

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEPUNG
TERIGU JAWARA PADA PELANGGAN PT PACIFIC
BATAM PERKASA**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Septarianto
140910090**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Septarianto
NPM/NIP : 140910090
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“ **Pengaruh Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Terigu Jawara Pada Pelanggan PT Pacific Batam Perkasa** “ 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, 6 Februari 2018

Materai 6000

Septarianto
140910090

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEPUNG
TERIGU JAWARA PADA PELANGGAN PT PACIFIC
BATAM PERKASA**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Septarianto
140910090**

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

Batam, 7 Februari 2018

**Renniwyaty Siringoringo, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Kondisi pasar yang penuh dengan persaingan menuntut setiap perusahaan untuk selalu melakukan langkah-langkah strategis yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan distribusi baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian tepung terigu jawara pada pelanggan PT Pacific Batam Perkasa. Metode penelitian ini menggunakan metode pembagian kuesioner dimana responden sebanyak 210 orang pelanggan sebagai populasi dan ditarik sampel sebanyak 138. Analisis data yang digunakan adalah uji pengaruh menggunakan analisis linier berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji statistik diketahui variabel harga, promosi, distribusi dan keputusan pembelian merupakan data berdistribusi normal, variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas dan heterokodastisitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, promosi dan distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi (R^2)=51,6%. Sedangkan secara parsial hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu juga dengan variabel promosi yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Dan secara parsial variabel distribusi pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Kata Kunci: harga, promosi, distribusi dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Purchasing decisions are individual activities that are directly involved in making decisions to make purchases of products offered by the seller. Competitive market conditions require every company to always take appropriate strategic steps. This study aims to determine the influence of price, promotion and distribution either simultaneously or partially to the decision of purchasing wheat flour jawara on customers of PT Pacific Batam Perkasa. This research method uses questionnaire distribution method where the respondents as many as 210 customers as the population and withdrawn as many as 138 samples. Data analysis used is influence test using multiple linear analysis and coefficient of determination analysis (R^2). Based on the results of statistical tests known that price variables, promotion, distribution and purchasing decisions are normal distributed data, independent variables do not occur multicollinearity and heterokodastisitas. The results of this study indicate that simultaneously price variables, promotion and distribution significantly influence the purchase decision with the value of coefficient of determination (R^2) = 51.6%. While partially result of research indicate that price variable have positive and significant effect to purchasing decision. Likewise with promotional variables that show that the partial promotional variables a positive and significant influence on purchasing decisions. And partially variable of positive and significant influence influence to purchasing decision.

Keywords: *price, promotion, distribution and purchase decision*

KATA PENGANTAR

Syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam. Dengan segala keterbatasan, peneliti menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr.Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.
2. Dekan Fakultas Bisnis Universitas Putera Batam Bapak Dr.Jontro Simajuntak, S.Pt., S.E., M.M.
3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
4. Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam Ibu Renniwyaty Siringoringo, S.E., M.Si.
5. Segenap dosen dan Staff Universitas Putera Batam, yang telah membantu dan memberikan ilmunya selama peneliti menjadi mahasiswa Universitas Putera Batam.
6. Segenap direktur dan staff serta manajemen PT Pacific Batam Perkasa yang telah membantu peneliti dalam mengumpulkan data sehingga skripsi ini dapat selesai.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberi semangat serta dukungan buat peneliti.
8. Sahabat saya Hendri, Meldi, Hendri C, Linda, Septe, Homa, Fifi, Erwin, Winardi, Yanto dan sahabat lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan ataupun kesalahan, diharapkan kritik dan masukan bagi perbaikan skripsi ini. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua terkhusus bagi mahasiswa manajemen bisnis Universitas Putera Batam untuk masa yang akan datang.

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 25 Januari 2018

Septariantio

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAM JUDUL	ii
SURAT PERNYTAAN	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 Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Manfaat Teoritis	8
1.6.2. Manfaat Praktis	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Teori Dasar	10
2.1.1. Definisi Pemasaran	10
2.1.2. Keputusan Pembelian	10
2.1.2.1. Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.1.2.2. Indikator Keputusan Pembelian	12
2.1.2.3. Proses Keputusan Pembelian	13
2.1.2.4. Faktor-faktor Perilaku Konsumen yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.1.3. Harga	20
2.1.3.1. Pengertian Harga	20
2.1.3.2. Indikator Harga	22
2.1.3.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sensitivitas Harga	22
2.1.3.4. Peranan Harga	23
2.1.3.5. Penetapan Harga	24
2.1.3.6. Tujuan Penetapan Harga	27
2.1.4. Promosi	30

2.1.4.1.	Pengertian Promosi.....	30
2.1.4.2.	Indikator Promosi.....	31
2.1.4.3.	Bauran Promosi.....	31
2.1.4.4.	Tujuan Promosi.....	34
2.1.5.	Distribusi.....	36
2.1.5.1.	Pengertian Distribusi.....	36
2.1.5.2.	Indikator Distribusi.....	36
2.1.5.3.	Macam-Macam Saluran Distribusi.....	37
2.1.5.4.	Strategi Distribusi.....	37
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	38
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	40
2.4.	Hipotesis.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian.....	43
3.2.	Operasional Variabel.....	44
3.3.	Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1.	Populasi.....	45
3.3.2.	Sampel.....	46
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5.	Metode Analisis Data.....	48
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	49
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	50
3.5.2.1.	Uji Validitas.....	50
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas.....	51
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	53
3.5.3.2.	Uji Multikolonieritas.....	53
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.5.4.	Uji Pengaruh.....	54
3.5.4.1.	Analisis Regresi Berganda.....	54
3.5.4.2.	Analisis Determinasi (R^2).....	55
3.5.5.	Uji Hipotesis.....	56
3.5.5.1.	Uji Hipotesis F (Simultan).....	56
3.5.5.2.	Uji Hipotesis T.....	57
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	58
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	58
3.6.2.	Jadwal Penelitian.....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Profil Responden	60
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	60
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	63
4.2.	Hasil Penelitian.....	64
4.2.1.	Analisis Deskriptif.....	64
4.2.1.1.	Analisis Deskriptif Variabel Harga (X ₁).....	65
4.2.1.2.	Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X ₂)	66
4.2.1.3.	Analisis Deskriptif Variabel Distribusi (X ₃).....	67
4.2.1.4.	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	69
4.2.2.	Hasil Uji Kualitas Data.....	70
4.2.2.1.	Hasil Uji Validitas	70
4.2.2.1.1.	Uji Validitas Variabel Harga (X ₁)	71
4.2.2.1.2.	Uji Validitas Variabel Promosi (X ₂).....	72
4.2.2.1.3.	Uji Validitas Variabel Distribusi (X ₃)	72
4.2.2.1.4.	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	73
4.2.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas	74
4.2.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	75
4.2.3.1.	Hasil Uji Normalitas.....	76
4.2.3.2.	Hasil Uji Multikolinearitas	78
4.2.3.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.2.4.	Uji Pengaruh	80
4.2.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	80
4.2.4.2.	Uji R Square	82
4.2.5.	Uji Hipotesis	83
4.2.5.1.	Uji T.....	83
4.2.5.2.	Uji F.....	84
4.3.	Pembahasan	85
4.3.1.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.3.2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.3.3.	Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian	86
4.3.4.	Pengaruh Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	89
5.2.	Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

91

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (P-Plot)	76
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram	77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Data Harga Jual Tepung Terigu Jawara 3
Tabel 1.2	Data Harga Jual Tepung Terigu Kompetitor di Batam..... 4
Tabel 1.3	Data Promosi PT Pacific Batam Perkasa..... 5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu..... 38
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel 44
Tabel 3.2	Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data 48
Tabel 3.3	Indek Koefisien Reliabilitas 52
Tabel 3.4	Waktu Penelitian 59
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia 61
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ... 62
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Usaha 63
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lokasi Usaha 63
Tabel 4.6	Kriteria Analisis Deskriptif 64
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Harga 65
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Promosi..... 66
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Distribusi 68
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian..... 69
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Harga (X_1) 71
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Promosi (X_2)..... 72
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Distribusi (X_3) 73
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)..... 73
Tabel 4.15	Hasil Uji Reabilitas..... 75
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> 78
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinearitas 79
Tabel 4.18	Hasil Uji Heteroskedastisitas Y 79
Tabel 4.19	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... 80
Tabel 4.20	Hasil Uji R Square..... 82
Tabel 4.21	Hasil Uji T 83
Tabel 4.22	Hasil Uji F 84

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin	46
Rumus 3.2 Uji Validitas.....	51
Rumus 3.3 Uji Relibilitas.....	52
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	54
Rumus 3.5 Uji f.....	56
Rumus 3.6 Uji t.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Rekap Kuesioner
Lampiran III	Data Responden
Lampiran IV	Hasil Uji Data SPSS
Lampiran V	r Tabel
Lampiran VI	t Tabel
Lampiran VII	f Tabel