PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Oleh:
Morita A Manalu
140910362

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN - S1

UNIVERSITAS PUTERA BATAM
GANJIL 2017 / 2018

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Morita A Manalu
140910362

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN –S1
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
GANJIL 2017 / 2018

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:
Nama : Morita A Manalu
NPM/NIP : 140910362
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **"Skripsi"** yang saya buat dengan judul:

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT 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, 05 Februari 2018

Materai 6000

Morita A Manalu
140910362

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Morita A Manalu
140910362

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 05 Februari 2018

Hikmah, S.E., M.Si.
Pembimbing

ABSTRAK

Dunia pemasaran tidak bisa terhindar dari namanya persaingan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya kemunculan perusahaan-perusahaan baru yang ingin menguasai dunia bisnis, salah satu syarat yang perlu dilakukan perusahaan untuk mencapai sukses dalam persaingan yang semakin ketat ini dengan cara menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan memberikan produk yang diinginkan konsumen dengan harga yang sesuai dan juga promosi yang kuat supaya konsumen menjatuhkan pilihan nya untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut dengan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, karena ini semua sangat tergantung pada keputusan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga,dan promosi keputusan pembelian Pocari Sweat di Kota Batam. Sampel yang diambil dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*, dan teknik pengumpulan data menggunakan metode survey melalui kuesioner. Ukuran besarnya sampel yang diambil dengan menggunakan rumus adalah sebesar 384 responden. Metode pengolahan data menggunakan metode regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, serta harga, dan promosi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The world of marketing can not avoid the name of the competition, this can be seen from the many occurrences of new companies who want to dominate the business world, one of the conditions that companies need to do to achieve success in this increasingly fierce competition by creating and retaining customers. Every company should strive to produce and deliver products that consumers want at a reasonable price. Thus, every company must be able to understand the viability of the company by trying to meet the needs and desires of consumers, because this all depends on customer satisfaction. This study aims to determine and analyze the influence of prices, and promotion of purchasing decisions Pocari Sweat in Batam. Samples taken with non probability sampling technique with accidental sampling method, and data collection technique using survey method through questionnaire. The size of the sample taken using the formula is 384 respondents. The method of data processing using multiple linear regression method with tools SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 22. Based on the test results, it can be seen that the price has a positive and significant effect on Purchase Decision, promotion has a positive and significant effect on Purchase Decision, and partial promotions have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Price, Promotion, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa proposal 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. sebagai Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M. sebagai Dekan Fakultas Bisnis Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. sebagai ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. sebagai dosen pembimbing pada Program Studi Manajeman Bisnis Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang tua saya yang telah mendidik saya dan mendoakan saya sehingga saya dapat menulis skripsi ini dengan baik;
7. Keluarga saya yaitu kakak saya Yeny, Wahyuni serta adik saya Yosua yang telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi maupun do'anya, sehingga saya dapat menulis skripsi ini dengan baik;
8. Teman-teman seperjuangan saya, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi maupun do'anya, sehingga saya dapat menulis skripsi ini dengan baik.

Semoga dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 05 Februari 2018

Morita A Manalu

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN
HALAMAN JUDUL
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
ABSTRAK ..... **iii**
ABSTRACT ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
DAFTAR RUMUS ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang Penelitian 1
1.2. Identifikasi Masalah 7
1.3. Pembatasan Masalah 8
1.4. Perumusan Masalah 8
1.5. Tujuan Penelitian 9
1.6. Manfaat Penelitian 9
1.6.1 Aspek Teoritis 9
1.6.2 Aspek Praktis 10

BAB II PEMBAHASAN
2.1. Konsep Teoritis 11
2.1.1. Harga 11
2.1.1.1. Tujuan Penetapan Harga 13
2.1.1.2. Strategi Penetapan Harga 14
2.1.1.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan Harga 16
2.1.1.4. Metode Penetapan Harga Jual 18
2.1.1.5. Indikator Harga 19
2.1.2. Promosi 20
2.1.2.1. Definisi Promosi 20
2.1.2.2. Tujuan promosi 22
2.1.2.3. Metode promosi 23
2.1.2.4. Faktor –faktor yang mempengaruhi bauran promosi 26
2.1.2.5. Indikator Promosi 29
2.1.3. Keputusan Pembelian 30
2.1.3.1. Defenisi Keputusan Pembelian 30
2.1.3.2. Faktor perilaku konsumen yang memengaruhi perilaku konsumen 34

2.1.3.1. Tipe pengambilan keputusan 37
2.1.3.2. Indikator Keputusan pembelian 38
2.2. Penelitian Terdahulu 39
2.3. Kerangka Pemikiran 44
2.4. Hipotesis 44

BAB III METODE PENELITIAN
3.1. Desain Penelitian 46
3.2. Operasional Variabel 47
3.2.1. Variabel Dependen 47
3.2.2. Variabel Independen 47
3.3. Populasi Dan Sampel 50
3.3.1. Populasi 50
3.3.2. Sampel 50
3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data 52
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data 52
3.4.2. Alat Pengumpulan Data 53
3.5. Metode Analisis Data 53
3.5.1. Analisis Deskriptif 54
3.5.2. Uji Kualitas Data 55
3.5.2.1. Uji Validilitas 55
3.5.2.2. Uji Reliabilitas 56
3.5.3. Uji Asumsi klasik 58
3.5.3.1. Uji Normalitas 58
3.5.3.2. Uji Komogorov-Smirnov 58
3.5.3.3. Uji Multikolinearitas 59
3.5.4. Uji Pengaruh 60
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda 60
3.5.4.2. Analisis Diterminasi (R^2) 61
3.5.5. Uji Hipotesis 62
3.5.5.1. Uji t 63
3.5.5.2. Uji F 64
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian 64
3.6.1. Lokasi Penelitian 64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1. Hasil Penelitian 66
4.1.1. Profil Responden 66
4.1.1.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 67
4.1.1.2. Profil Responden Berdasarkan Umur 67
4.1.1.3. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan 68
4.1.1.4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 69
4.1.2. Analisis Deskriptif 70
4.1.2.1. Variabel Harga (X1) 71
4.1.2.2. Variabel Promosi (X2) 74
4.1.2.3. Variabel Keputussn Pembelian (Y) 77

4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data 80
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas..... 80
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas..... 83
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik 85
4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas 86
4.1.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas 88
4.1.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas 89
4.1.5. Uji Pengaruh 90
4.1.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda 90
4.1.5.2. Analisis Determinasi (R^2) 91
4.1.6. Uji Hipotesis 92
4.1.6.1. Uji T 92
4.1.6.2. Uji F 93
4.2. Pembahasan..... 94
4.2.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 94
4.2.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 95
4.2.3. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 95

BAB V SIMPULAN DAN SARAN
5.1. Simpulan 97
5.2. Saran..... 98

DAFTAR PUSTAKA…….....99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
SURAT KETERANGAN PENELITIAN
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Harga minuman isotonik 3
Tabel 1. 2 Tingkat Penjualan 6
Tabel 3. 1 Operasional Variabel 49
Tabel 3. 2 Skala *Likert* 55
Tabel 3. 3 Angka Indeks Koefisien Reliabilitas 57
Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian 65
Tabel 4. 1 Tabel Jumlah Kuesioner 66
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 67
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia 68
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan 69
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 70
Tabel 4. 6 Kriteria Analisis Deskripsi 71
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Harga 72
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Promosi 74
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian 77
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Harga (X_1) 81
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Promosi (X_2) 82
Tabel 4. 12 Hasil Uji ValiditasKeputusan Pembelian (Y) 82
Tabel 4. 13 Indeks Koefisien Reliabilitas 83
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reabilitas Harga (X_1) 84
Tabel 4. 15 Hasil Uji ReabilitasPromosi (X_2) 84
Tabel 4. 16 Hasil Uji ReabilitasKeputusan Pembelian (Y) 85
Tabel 4. 17 Hasil Uji *KolmogorovSmirnov* 88
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas 89
Tabel 4. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas 89
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 90
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Determinasi (R^2) 92
Tabel 4. 22 Hasil Uji T 93
Tabel 4. 23 Hasil Uji F 94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran 44
Gambar 4. 1 Hasil Histogram..... 86
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot)..... 87

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Unknown population..... 51
Rumus 3. 2 *Pearson Product Moment* 56
Rumus 3. 3 *Cronbach Alpha*..... 57
Rumus 3. 4 Regresi linear 60
Rumus 3. 5 Rumus Koefisien Determinasi (R^2) 62
Rumus 3. 6 Uji t 63

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER
LAMPIRAN 2 TABULASI KUISONER
LAMPIRAN 3 TABULASI KARAKTERISTIK RESPONDEN
LAMPIRAN 4 DATA RESPONDEN
LAMPIRAN 5 ANALISIS DISTRIBUSI VARIABEL
LAMPIRAN 6 UJI KUALITAS DATA
LAMPIRAN 7 UJI ASUMSI KLASIK
LAMPIRAN 8 UJI PENGARUH
LAMPIRAN 9 UJI HIPOTESIS