

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOP 100 GRAND
BATAM MALL**

SKRIPSI



Oleh:
Vicky
160910144

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOP 100 GRAND
BATAM MALL**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana



**Oleh:
Vicky
160910144**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Vicky
NPM : 160910144
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOP 100 GRAND BATAM MALL

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, 27 Januari 2021


Vicky
160910144

Vicky
160910144

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOP 100 GRAND
BATAM MALL**

SKRIPSI

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

Oleh:

Vicky

160910144

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

Batam, 27 Januari 2021



Raymond, S.E., M.Sc.

Pembimbing



Abstrak

Industri bisnis ritel mengalami penurunan yang sangat pesat yang disebabkan oleh suatu wabah yang disebut COVID-19. Dengan adanya wabah ini omset penjualan perusahaan ritel menjadi menutu sebabkan masyarakat lebih menggunakan transaksi online ketimbang transaksi perdagangan langsung, hal ini mengakibatkan industri ritel menjadi sepi dan penjualan menurun. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada TOP 100 Grand Batam Mall. Keputusan Pembelian ini terjadi dikarenakan adanya pengaruh dari Harga dan Promosi yang dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan omset pada perusahaan. Populasi pada riset ini ialah seluruh masyarakat kota Batam. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan masyarakat kota batam yang pernah melakukan berbelanja di TOP 100 Grand Batam Mall. Sampel diambil dengan menggunakan rumus lemmeshow sehingga banyaknya sampel yang di ambil sebesar 96 responden. Pengelolahan data pada penelitian ini menggunakan program Statistical Package For The Social Sciences (SPSS) Versi 25. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan juga hasil penelitian membuktikan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan promosi bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada TOP 100 Grand Batam Mall.

Kata Kunci: Harga; Promosi; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The retail business industry is experiencing a very rapid decline due to an outbreak called COVID-19. With this outbreak, the sales turnover of retail companies has led to people using online transactions rather than direct trade transactions, this has resulted in the retail industry being quiet and sales declining. This study aims to analyze the effect of price and promotion on purchasing decisions at the TOP 100 Grand Batam Mall. This purchase decision occurs due to the influence of Price and Promotion in order to increase sales turnover in the company. The population in this research is all people in the city of Batam. Samples were taken using purposive sampling technique with the people of Batam who have done shopping at the TOP 100 Grand Batam Mall. Samples were taken using the Lemmshow formula so that the number of samples taken was 96 respondents. Data processing in this study used the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 25 program. The results of this study prove that price variables have a positive effect on purchasing decisions and also the results of the study prove that promotional variables have a positive effect on purchasing decisions. It can be concluded that the price and promotion variables together have a positive influence on Buying decision at the TOP 100 Grand Batam Mall.

Keyword : *Price; Promotion; Buying Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT telah melimpahkan segala rahmat dan Karunia nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi starta satu (S1) program studi Menejemen universitas Putra 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 tak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putra Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Dekan Fakultas Ilmu social dan Humaniora Bapak Dr. Hendri Herman. S.E., M.Si
3. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
4. Pembimbing skripsi Bapak Raymond, S.E., M.Sc. Pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putra Batam.
6. Kedua orang tua saya yang telah memberikan doa, restu, semangat dan dorongan agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman teman satu angkatan yang selalu saling bahu membahu dalam memberikan dukungan, semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Semua pihak yang sudah sangat membantu dalam skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu baik dalam bentuk dukungan, motivasi, inspirasi, semangat dan lain lain.

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, 27 Januari 2021



VICKY



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Dasar.....	9
2.1.1 Harga.....	9
2.1.1.1 Pengertian Harga.....	9
2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga.....	10
2.1.1.3 Metode Harga.....	11
2.1.1.4 Indikator Harga	12
2.1.2 Promosi	13
2.1.2.1 Pengertian Promosi	13
2.1.2.2 Tujuan Promosi	14
2.1.2.3 Alat-alat Promosi	15
2.1.2.4 Indikator Promosi.....	15
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.1.3.2 Subjek Keputusan Pembelian	17
2.1.3.3 Tipe-tipe Keputusan Pembelian	18
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20

2.3	Hubungan Antar Variabel	22
2.3.1	Harga terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2	Promosi terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3	Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4	Kerangka Berpikir	24
2.5	Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian	26
3.2	Operasional Variabel	26
3.2.1	Variabel Bebas (Variabel Independen)	27
3.2.2	Variabel Terikat (Variabel Dependen)	27
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data	30
3.5	Metode Analisis Data	31
3.5.1	Analisis Deskriptif	31
3.5.2	Uji Kualitas Data	33
3.5.2.1	Uji Validitas	33
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	35
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	36
3.5.3.1	Uji Normalitas	36
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas	37
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	37
3.5.4	Uji Pengaruh	38
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.5.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	39
3.6	Uji Hipotesis	40
3.6.1	Uji T (t-Test)	40
3.6.2	Analisis Variansi (Uji F)	40
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	41
3.7.1	Lokasi Penelitian	41
3.7.2	Jadwal Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	43
4.1.1	Profil responden	43
4.1.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	44
4.1.1.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	45

4.1.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	45
4.1.2.1	Hasil Analisis Deskriptif Harga	46
4.1.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Promosi	47
4.1.2.3	Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	48
4.1.3	Hasil Uji Kualitas Data	50
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas.....	50
4.1.3.2	Hasil Uji Realibilitas.....	53
4.1.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	53
4.1.3.1	Hasil Uji Normalitas	53
4.1.3.2	Uji Multikolinearitas.....	56
4.1.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.1.4	Uji Pengaruh	58
4.1.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.1.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.1.5	Hasil Uji Hipotesis.....	61
4.1.5.1	Uji T	61
4.1.5.2	Analisis Variansi (Uji F).....	62
4.1.6	Pembahasan.....	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	65
5.2	Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Hasil Uji SPSS 25
- Lampiran 4. Tabel R
- Lampiran 5. Tabel T
- Lampiran 6. Tabel F
- Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 8. Surat Permohonan Izin Penelitian

DAFTAR TABEL

1.1	Penelitian Terdahulu.....	3
2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
3.1	Operasional Variabel.....	27
3.2	Rentang skala	33
3.3	Indeks Koefisien Reliabilitas	36
3.4	Jadwal Penelitian.....	41
4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	45
4.4	Hasil Skor Jawaban Harga	46
4.5	Hasil Skor Jawaban Promosi.....	47
4.6	Hasil Skor Jawaban Keputusan Pembelian	48
4.7	Hasil Uji Validitas Harga	50
4.8	Hasil Uji Validitas Promosi.....	51
4.9	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	52
4.10	Hasil Uji Realibilitas Secara Keseluruhan	53
4.11	Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov.....	56
4.12	Hasil Uji Multikolinearitas	57
4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
4.14	Hasil Regresi Linear Berganda.....	59
4.15	Hasil Uji Koefisien (R^2).....	60
4.16	Hasil Uji T	61
4.17	Hasil Uji F	62

DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka Pemikiran.....	24
3.1	Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif.....	26
4.1	Uji Normalitas dengan Histogram.....	54
4.2	Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	55

DAFTAR RUMUS

3.1	Rentang Skala.....	32
3.2	Korelasi <i>Product Moment</i>	34
3.3	Regresi Linear Berganda	38
3.4	Koefisien Determinasi.....	39