

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELI PADA TOKO ROTI OLIVIA
CABANG NGANJUK**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Dian Octa Widianty

NPM. 16418923

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI

KEDIRI

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri dan diterima untuk memenuhi
Salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Pada tanggal, Juni 2020

Mengesahkan :

Universitas Kadiri

Fakultas Ekonomi

Dekan,

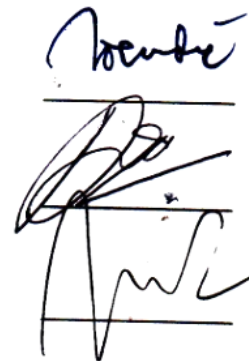
Dr. Nur Laely, SE., M.M

NIDN. 0718026001

TIM PENGUJI :

1. Penguji I : Dr. Djunaedi, SE., MM
NIDN. 0701125601
2. Penguji II : Yudiarto Perdana Putra, S.E., M.M
NIDN. 0704068701
3. Penguji III : Drs. Andi Artono, M.M
NIDN. 0717045701

TANDA TANGAN



SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Dian Octa Widianty

NPM : 16418923

Program Study : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PADA TOKO ROTI OLIVIA CABANG NGANJUK

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Kediri, Juni 2020



Dian Octa Widianty

NPM. 16418923

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan tugas akhir yang berjudul **：“PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PADA TOKO ROTI OLIVIA CABANG NGANJUK”**. Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan studi program sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam tugas akhir ini, peneliti tidak luput kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT
2. Ir. Djoko Rahardjo, MP selaku Rektor Universitas Kadiri.
3. Dr. Nur Laely, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
4. Drs. Gandung Satriyono, S.T., M.M. selaku Kaprodi Manajemen.
5. Dr. Djunaedi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dengan sabar telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan saran dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Yudiarto Perdana Putra, S.E., M.M. Dosen Pembimbing II dengan sabar telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan saran dalam menyelesaikan penelitian ini.

7. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang sudah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan

9. Kedua orang tua saya Bapak tercinta Pujiono, Ibu tercinta Luluk Sulatri dan adik saya Dhini Aprilia Widianty serta keluarga besar mbah Harjopawiro/Dinem yang selalu memberikan semangat, motivasi, kesabaran, kasih sayang tanpa henti dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah demi keberhasilan dan kesuksesan penulis.

10. Seluruh Teman-teman angkatan 2016 Universitas Kadiri khususnya Fakultas Ekonomi Manajemen kelas A, terima kasih atas kebersamaan kita selama perkuliahan dan telah menjadi teman seperjuangan.

11. Untuk Sahabat saya tercinta Mita, Nadyia, Muti, Risma, Ken, Dewi, Elva, Puput, Devi, Nike yang selalu memberikan support hingga detik ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis demi sempurnanya skripsi ini.

Akhir kata, penulis sangat berharap semoga skripsi ini akan memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan untuk semua pembaca pada umumnya.

Kediri, Juni 2020

Dian Octa Widianty

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Teori Tentang Promosi.....	8
2.2.1.1 Pengertian Promosi	8
2.2.1.2 Bauran Promosi	9
2.2.1.3 Alat Promosi Penjualan.....	10
2.2.1.4 Karakteristik Promosi Penjualan.....	11
2.2.1.5 Indikator Promosi.....	12
2.2.2 Teori Tentang Harga	12
2.2.2.1 Pengertian Harga	12
2.2.2.2 Tujuan Penetapan Harga	14
2.2.2.3 Kemungkinan Dalam Penetapan Harga	16

2.2.2.4 Strategi Penyesuaian Harga.....	17
2.2.2.5 Indikator Harga	18
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	19
2.2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.2.3.2 Proses Keputusan Pembelian	20
2.2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ...	25
2.2.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	30
2.3 Kerangk Berpikir.....	31
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Populasi Dan Sampel Penelitian	32
3.1.1 Populasi	32
3.1.2 Sampel.....	32
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	33
3.3 Variabel Penelitian, Cara Pengukuran Dan Definisi Operasional	34
3.3.1 Variabel Penelitian	34
3.3.2 Cara Pengukuran	35
3.3.3 Definisi Operasional.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Jenis Data Dan Sumber Data.....	38
3.4.2 Alat Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis Data.....	40
3.5.1 Analisis Deskriptif	40
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	41
3.5.2.1 Uji Validitas	41
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	43
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	44
3.5.3.1 Uji Normalitas	44
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas	46
3.5.3.3 Uji Heteroskedasitas.....	47
3.5.4 Uji Pengaruh.....	49

3.5.4.1 Uji Regresi Linier Berganda	49
3.5.4.2 Analisis Determinasi (R^2).....	49
3.5.5 Pengujian Hipotesis.....	50
3.5.4.1 Uji T	50
3.5.4.2 Uji F	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Diskripsi Penelitian	52
4.1.1 Sejarah Olivia Bakery	52
4.1.2 Lokasi Olivia Bakery	52
4.1.3 Waktu Penelitian	53
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Data Responden	53
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data	55
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas	55
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	57
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	59
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas	59
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas	60
4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
4.2.4 Hasil Uji Pengaruh	63
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.2.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis	65
4.2.5.1 Hasil Uji t	66
4.2.5.2 Hasil Uji F	66
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.3.2 Pengaruh Promosi Harga Keputusan Pembelian.....	67
4.3.3 Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	68

BAB V	69
Kesimpulan	69
Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif	41
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reabilitas	44
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Promosi	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Harga	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Harga	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas secara Statistik	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Linier Berganda	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	20
Gambar 2.2 Proses Keputusan Konsumen	22
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas secara Grafik	59
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas dengan Scatter Plot.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Tabulasi Data

Lampiran III Hasil Olah Data Dengan SPSS 20.0