

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN
(AMDK) LE MINERALE DI INDOMARET PONDOK UNGU 3
BEKASI UTARA**

SKRIPSI

Oleh :

Nindita Hiendarasti

201510325313



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale
di Indomaret Pondok Ungu 3 Bekasi Utara

Nama Mahasiswa : Nindita Hiendarasti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325313

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale di Indomaret Pondok Ungu III Bekasi Utara

Nama Mahasiswa : Nindita Hiendarasti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325313

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 04 February 2020

Bekasi, 04 February 2020

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi MA., Ph.D
NIDN : 0311096604

Penguji I : Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0311096604

Penguji II : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIDN : 0327128105

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, SE, MM
NIDN : 0325057908

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale di Indomaret Pondok Ungu 3 Bekasi Utaraini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 2019

Yang membuat pernyataan,



Nindita Hiendarasti
201510325313

ABSTRAK

Nindita Hiendarasti. 201510325313. Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale di Indomaret Pondok Ungu 3 Bekasi Utara.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian, mengetahui bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian, dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale di Indomaret Pondok Ungu 3 Bekasi Utara.

Metode analisis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel dependent dengan variabel independent. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota sampling*.

Hasil dari analisis ini adalah PT. Fresindo Jaya, dalam menjalankan aktivitas perusahaan hendaknya mampu mempertahankan dan terus meningkatkan Persepsi Harga yang sudah ada dengan cara terus meningkatkan harga yang positif agar konsumen semakin percaya dengan produk yang telah ada. Selain itu, Perusahaan hendaknya mampu meningkatkan strategi pemasaran yang cocok agar konsumen lebih tertarik dalam melakukan pembelian seperti memberikan promosi yang baik melalui iklan yang dilakukan untuk periode waktu tertentu sehingga konsumen lebih mengetahui produk apa saja yang dipromosikan oleh perusahaan tersebut. Adapula dari hasil Keputusan Pembelian, perusahaan hendaknya mempertahankan Persepsi Harga dan Promosi yang baik maka konsumen akan setia dan berpikir untuk melakukan pembelian ulang. Selain itu perusahaan juga dapat mengembangkan produk yang nantinya akan memberikan banyak variasi produk yang dapat dipilih konsumen.

Kata Kunci :Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nindita Hiendarasti. 201510325313. *Influence of price perception and promotion of drinking water purchase decisions at Le Minerale in Indomaret Pondok Ungu 3 North Bekasi.*

The purpose of this research is to find out how the influence of price perceptions on purchasing decisions, knowing how the promotion affects purchasing decisions, and to know how the price perception and the influence of purchasing decisions on mineral water in Le Minerale influence Indomaret Pondok Ungu 3 North Bekasi.

The research analysis method used in this research is a multiple liner regression method that is used to determine whether there is influence between the dependent variable and the independent variable. This type of research is quantitative and the sampling technique used is sampling quota.

The analysis result are PT. Fresindo Jaya in carrying out its activities the company should be able to maintain and continue to improve the perception of existing prices by continuing to increase positive prices so that consumers increasingly believe in existing product. In addition, the company should be able to improve a suitable marketing strategy so that consumers are more interested in making purchases such as providing good promotions through advertisements carried out for a certain period of time so that consumers know more about what products are being promoted by the company. There are also from the result of the purchase decision, the company should maintain the perception of price and good promotion so that consumers will be loyal and think to make a repeat purchase. Besides that the company can also develop products that will later provide a variety of products that can be selected by consumers.

Keyword : *Price Perception, Promotion, Purchase Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Namun, penulis menyadari tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, maka penulisan Skripsi ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Dr.Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Neng Siti Komariah, SE, MM selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Skripsi.
5. Dr. Rorim Panday, MM, MT selaku Pembimbing Akademik.
6. Orangtua dan keluarga yang selalu mendoakan, memberi motivasi dan semangat yang tiada hentinya.
7. Kesih Sukaesih, S.E., yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta menjadi teman yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan Skripsi.
8. Dan teman – teman Ekonomi Manajemen Angkatan 2015 yang berjuang dengan penulis selama 4 tahun ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu secara langsung, yang telah memberikan bantuannya kepada penulis hingga terselesaikannya Skripsi ini.

Akhir kata semoga Skripsi ini dapat mencapai maksud dan tujuan yang diinginkan dan dapat menambah pengetahuan dan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 02 Desember 2019
Penulis



Nindita Hiendarasti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PENYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Persepsi Harga.....	9
2.1.1 Menetapkan Harga Produk.....	11
2.1.2 Kebijakan Harga Produsen.....	11
2.1.3 Harga Pokok Lebih Rendah dari Saingan.....	12
2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi.....	13
2.1.5 Indikator.....	13
2.2 Promosi.....	14
2.2.1 Tujuan promosi.....	15

2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi.....	16
2.2.3 Bauran Promosi.....	16
2.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.3.1 Konsep Keputusan Pembelian Konsumen.....	18
2.3.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	19
2.3.3 Faktor yang mempengaruhi.....	20
2.3.4 Indikator.....	20
2.4 Penelitian Terdahulu.....	21
2.5 Kerangka Berpikir.....	25
2.6 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Tahapan Penelitian.....	27
3.3 Definisi Konseptual.....	28
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.6 Populasi dan Sampel.....	32
3.6.1 Populasi.....	32
3.6.2 Sampel.....	33
3.7 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.8 Metode Analisis Data.....	34
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.8.1.1 Uji Validitas.....	34
3.8.1.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.8.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	35

3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	36
3.8.3.2 Uji Linieritas.....	37
3.8.3.3 Uji Multikolinieritas.....	37
3.8.3.4 Autokorelasi.....	38
3.8.3.5 Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.8.4 Analisis Regresi Berganda.....	38
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi.....	39
3.8.6 Uji Hipotesis.....	40
3.8.6.1 Uji t.....	40
3.8.6.2 Uji F.....	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Profil Perusahaan.....	42
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	43
4.1.2 Struktur Organisasi.....	43
4.2 Deskripsi Data.....	44
4.2.1 Penyebaran Kuesioner.....	44
4.2.2 Identitas Responden.....	45
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	45
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.2.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
4.3 Pengujian Instrumen Data.....	48
4.3.1 Uji Validitas.....	48
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	50

4.4 Analisis Statistik Deskriptif.....	52
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.5.1 Uji Normalitas.....	53
4.5.1.1 Analisis Grafik.....	53
4.5.1.2 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	55
4.5.2 Uji Linearitas.....	56
4.5.3 Uji Multikolinearitas.....	58
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	59
4.5.5 Uji Heterokedastisitas.....	59
4.6 Analisis Regresi Berganda.....	61
4.7 Uji Determinasi.....	62
4.8 Uji Hipotesis.....	63
4.8.1 Uji T.....	63
4.8.2 Uji F.....	64
4.9 Pembahasan Hipotesis.....	65
4.9.1 Variabel X1 Terhadap Y.....	65
4.9.2 Variabel X2 Terhadap Y.....	66
4.9.3 Variabel X1 dan X2 Terhadap Y.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Implikasi Manajerial.....	76

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Volume Penjualan AMDK di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Tabel Rata-rata Harga Le Minerale Per Botol 600ml.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Karakteristik Penilaian Skala Likert.....	32
Tabel 4.1 Proses Pemyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	44
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	52
Tabel 4.12 hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas X1 dengan Y.....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Lineraritas X2 dengan Y.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi.....	60
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	64
Tabel 4.20 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fakta Ekspor Impor Air Minum Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Pangsa Pasar AMDK Tahun 2016.....	4
Gambar 2.1 Model Konseptual Pemrosesan Kognitif dan Informasi.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Mayora Indah, Tbk.....	44
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	48
Gambar 4.5 Histogram Uji Normalitas.....	55
Gambar 4.6 P-P Plot Normalitas.....	55
Gambar 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiat

Lampiran 2 Uji Referensi

Lampiran 3 Kuesioner

Lampiran 4 Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6 Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 7 Hasil Analisis

Lampiran 8 Tabel r + Tabel t + Tabel F

Lampiran 9 Biodata

