

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI NEO PADA PT. BEKASI
DISTRIBUSINDO RAYA**

SKRIPSI

Oleh:

Rizky Ainul Zarofi

201510325126



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

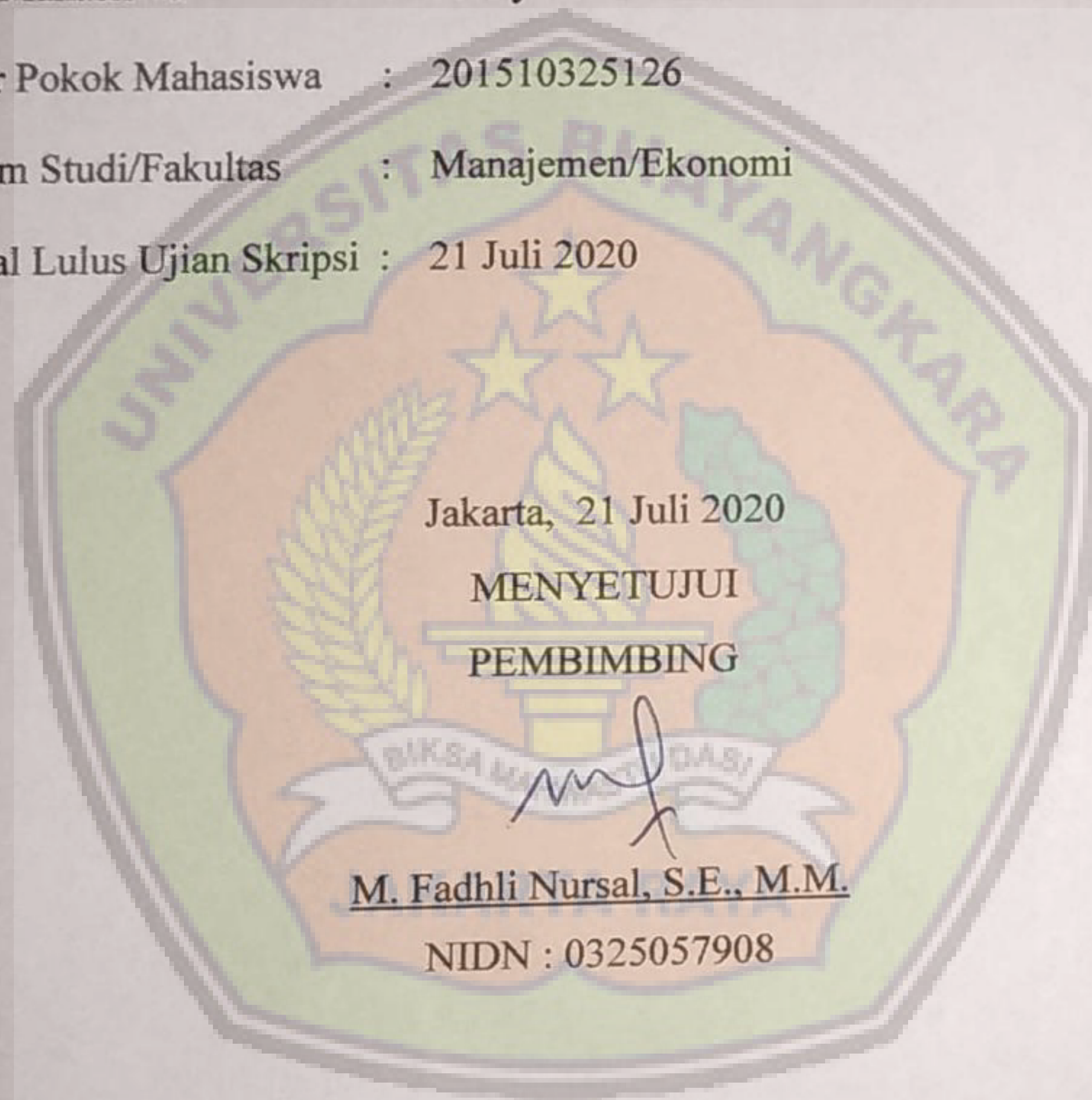
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Neo Pada PT. Bekasi Distribusindo Raya

Nama Mahasiswa : Rizky Ainul Zarofi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325126

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2020



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Neo Pada PT. Bekasi Distribusindo Raya

Nama Mahasiswa : Rizky Ainul Zarofi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325126

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2020

Jakarta, 5 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Andrian, S.E., M.M.

NIDN : 0321077102

Penguji 1 : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN : 0325057908

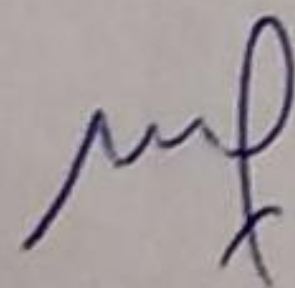
Penguji 2 : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.

NIDN : 0309048102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

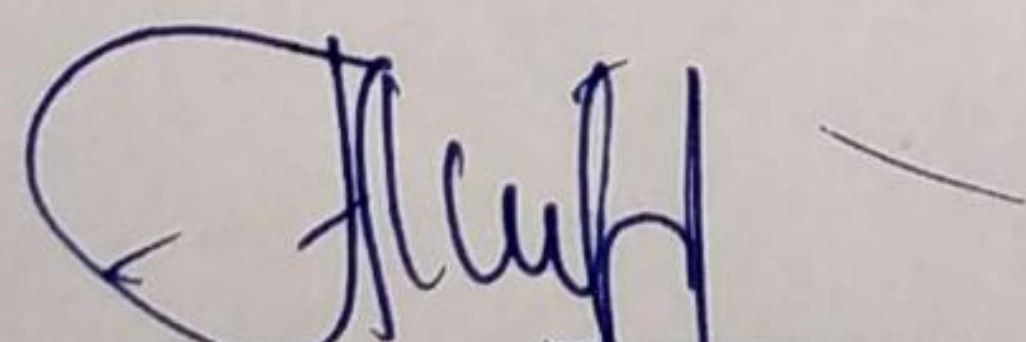


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN : 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S. Ak., CA., CSRA., CACP.

NIDN : 0318107101

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan Ijinnya, serta atas segala Limpahan rahmat dan HidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Pembelian Kopi Neo Pada PT. Bekasi Distribusindo Raya”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, do’a serta semangat yang begitu berarti. Penulis dengan segala hormat serta kerendahan hati, perkenankanlah untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Inspektur Jendral Polisi (P) Dr (c) Drs. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, CA, CSRA, CMA, CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhyangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Ir. Adlin Nazli Lubis., MM selaku Dosen Perwalian Akademik kami di kelas Semester 8. B2 atas support serta dukungannya.
5. Bapak M. Fadhli Nursal, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang terus memberikan arahan, nasihat, serta semangat untuk segera menyelesaikan Skripsi ini.
6. Segenap dosen pengajar yang telah memberi ilmu yang begitu berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua dan keluarga penulis serta teman-teman, yang telah mendo’akan, membantu serta memberi dukungan dan kasih sayang.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat

Jakarta, 03 Juli 2020

Rizky Ainul Zarofi

ABSTRAK

Rizky Ainul Zarofi, 201510325126. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Neo pada PT. Bekasi Distribusindo Raya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen PT. Bekasi Distribusindo Raya area Babelan dan sekitarnya sebanyak 95 konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kopi neo pada PT. Bekasi Distribusindo Raya dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,014. Promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kopi neo pada PT. Bekasi Distribusindo Raya dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan dari hasil perhitungan statistic uji simultan menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kopi neo pada PT. Bekasi Distribusindo Raya dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci: **Harga, Promosi, Keputusan Pembelian**

ABSTRACT

Rizky Ainul Zarofi, 201510325126 The Effect of Price and Promotion on the Purchase Decision of Neo Coffee at PT. Bekasi Distribusindo Raya. This study aims to determine the effect of prices on purchasing decisions, the effect of promotions on purchasing decisions, the effect of prices and promotions on purchasing decisions. The research methodology used is quantitative research using survey methods. The population of this research is the consumers of PT. Bekasi Distribusindo Raya Babelan and surrounding areas as many as 95 consumers. Data collection techniques using a questionnaire that was processed using SPSS version 25. The results of this study indicate that the price has a partial effect on neo coffee purchasing decisions at PT. Bekasi Distribusindo Raya is proven by the significance value of 0.014. Promotion has a partial effect on neo coffee purchasing decisions at PT. Bekasi Distribusindo Raya is proven by the significance value of 0,000. While the results of the calculation of the simultaneous test statistics show that the price and promotion simultaneously influence the purchasing decision of neo coffee at PT. Bekasi Distribusindo Raya is proven by the significance value of 0,000.

Keywords: Price, Promotion, Purchase Decision

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Neo Pada PT. Bekasi Distribusindo Raya.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh 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.

Jakarta, 04 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



201510325126

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Bagi Penulis.....	5
1.4.2 Bagi Perusahaan.....	5
1.4.3 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	7
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	8
2.2 Harga.....	9

2.2.1	Pengertian Harga	9
2.2.2	Dimensi Harga.....	10
2.2.3	Indikator Dalam Harga.....	11
2.3	Promosi.....	11
2.3.1	Pengertian Promosi	11
2.3.2	Indikator Dalam Promosi	14
2.3.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	14
2.4	Hasil Penelitian Terdahulu	15
2.5	Kerangka Pemikiran	17
2.6	Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		20
3.1	Desain Penelitian	20
3.2	Tahapan Penelitian	20
3.3	Model Konseptual Penelitian.....	21
3.4	Operasional Variabel	22
3.5	Waktu Dan Tempat Penelitian.....	23
3.6	Populasi Dan Sampel Jenuh.....	23
3.7	Sampel Jenuh	23
3.8	Teknik Pengumpulan Data	24
3.9	Metode Analisis Data	25
3.9.1	Uji Instrumen.....	25
3.9.1.1	Uji Validitas	25
3.9.1.2	Uji Reliabilitas.....	25
3.9.2	Uji Asumsi Klasik	26
3.9.2.1	Uji Normalitas	26
3.9.2.2	Uji Multikolonieritas	26
3.9.2.3	Uji Heterokedasitas.....	26
3.9.3	Uji Hipotesis.....	27
3.9.3.1	Uji T	27
3.9.3.2	Uji F.....	27
3.9.4	Analisis Regresi.....	28
3.9.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	28

3.9.4.2 Koefisien Determinasi	28
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Sejarah Dan Profil Perusahaan	30
4.2 Hasil Penyebaran Kuesioner	31
4.3 Karakteristik Responden.....	31
4.3.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.3.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	32
4.4 Hasil Uji Instrumen.....	32
4.4.1 Uji Validitas	32
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	32
4.5 Hasil Asumsi Klasik	35
4.5.1 Uji Normalitas	35
4.5.2 Uji Multikolonieritas	35
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	36
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	37
4.6.1 Uji T	37
4.6.2 Uji F.....	38
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
4.7.1 Persamaan Regresi Linier Berganda	39
4.7.2 Koefisien Determinasi.....	40
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	41
BAB V PENUTUP.....	42
4.9 Kesimpulan	42
4.10 Implikasi Manajerial.....	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga dan Potongan Diskon kopi Neo	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1.Operasional Variabel	22
Tabel 3.2. Skala Pengukuran Likert	25
Tabel 4.1. Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	31
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 4.3. Hasil Uji Item Valid	32
Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas	33
Tabel 4.5 hasil Uji Item Reliabel	33
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	34
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	35
Tabel 4.8 Hasil Uji T	37
Tabel 4.9 Hasil Uji F	38
Tabel 4.10 Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	18
Gambar 3.3 Model Konseptual Penelitian	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Buku Bimbingan
Lampiran 2	: Uji Plagiarisme
Lampiran 3	: Uji Referensi
Lampiran 4	: Lembar Kuesioner
Lampiran 5	: Hasil Kuesioner Harga (X1)
Lampiran 6	: Hasil Kuesioner Promosi (X2)
Lampiran 7	: Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian(Y)
Lampiran 8	: Hasil Uji Validitas
Lampiran 9	: Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 10	: Hasil Uji Normalitas
Lampiran 11	: Hasil Uji Multikolinieritas
Lampiran 12	: Hasil Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 13	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 14	: Hasil Uji T
Lampiran 15	: Hasil Uji F
Lampiran 16	: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Lampiran 17	: Tabel R
Lampiran 18	: Tabel T
Lampiran 19	: Tabel F