

**PENGARUH MEREK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PEMBELIAN KARTU PERDANA
SIMPATI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN 2016**

SKRIPSI

Oleh:

HENDRO SUPRAPTO

201510325317



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Proposal Skripsi : Pengaruh Merek Dan Promosi Terhadap
Kepuasan Pembelian Kartu Perdana
Simpati Pada Mahasiswa Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi Angkatan 2016

Nama Mahasiswa : Hendro Suprpto

Nomer Pokok Mahasiswa : 201510325317

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2020



Jakarta, 3 Februari 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing

Andrian, SE., MM

NIDN : 0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Merek Dan Promosi Terhadap
Kepuasan Pelanggan Kartu Perdana Simpati Pada
Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Angkatan 2016 .

Nama Mahasiswa : Hendro Suprpto

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325317

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2020

Jakarta, 3 Februari 2020

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.
NIDN. : 0309048102

Penguji I : Andrian, S.E., M.M.
NIDN. : 0321077102

Penguji II : M. Fadhli Nursal, SE., MM.
NIDN. : 0325057908

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Fakultas Ekonomi



M. Fadhli Nursal, SE., MM.
NIDN. : 0325057908

Dekan
Fakultas Ekonomi



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

KATA PENGANTAR


Dengan memanjatkan puji dan syukur pada kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan bimbingannya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Dimana judul skripsi ini adalah "PENGARUH MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA SIMPATI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FE EKONOMI ANGKATAN 2016". Penyelesaian skripsi ini tidak dapat terlepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Irjen (P) H. Bambang Karsono, SH.,MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Sugeng Suroso, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, SE.,MM., sebagai Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Hasanuddin. S.I.P, M.AP sebagai Dosen Perwalian Akademik kami di kelas Semester 8-B3 atas support serta dukungannya.
5. Bapak Andrian, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan waktunya dalam penulisan skripsi ini.
6. Istri dan keluarga saya yang selalu memberikan motivasi serta doa.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Bekasi, 10 Oktober 2019

Hormat Saya,


Hendro Suprpto

ABSTRACT

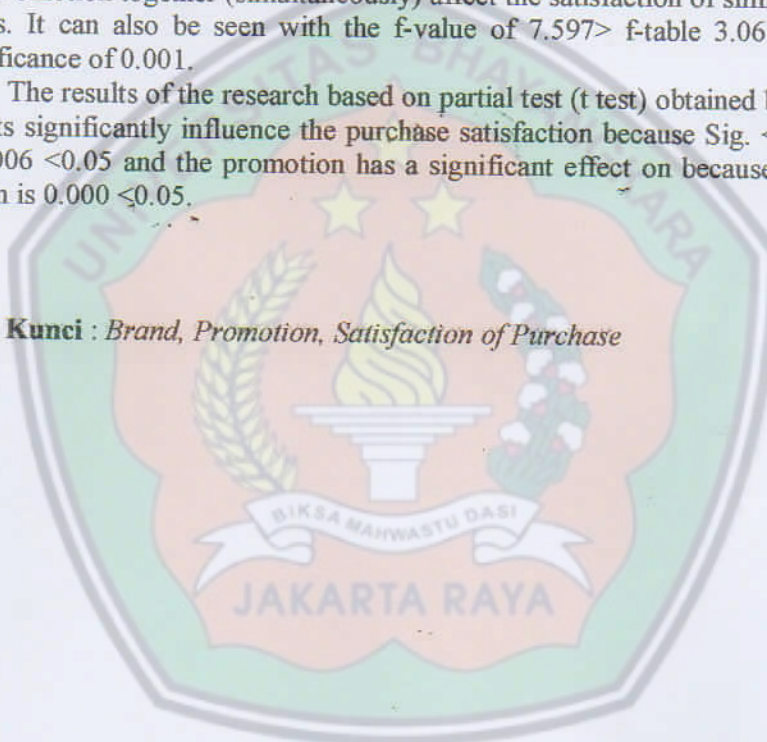
Hendro Suprpto, 201510325317, Pengaruh Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana SimPATI Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2016.

This study aims to determine the magnitude of the influence of the Brand and Promotion of SimPATI Prime Card Purchasing Decisions. The place and sample in this study were Bhayangkara University Jakarta Raya Management Study Program Faculty of Economics Batch 2016. The method used in this study was to use primary data taken from the questionnaire distribution of 152 respondents. The data in this study were tested using the validity test, reliability test, normality test, coefficient of determination test, partial test (t test), and simultaneous test (f test).

The results of this study simultaneously obtained the results of the brand and promotion together (simultaneously) affect the satisfaction of simPATI starter packs. It can also be seen with the f-value of $7.597 > f\text{-table } 3.06$ and with a significance of 0.001 .

The results of the research based on partial test (t test) obtained by the brand results significantly influence the purchase satisfaction because Sig. < 0.05 which is $0.006 < 0.05$ and the promotion has a significant effect on because Sig. < 0.05 which is $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci : *Brand, Promotion, Satisfaction of Purchase*



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Merek Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian Kartu Perdana Simpati Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian 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, 3 Februari 2020

Yang membuat pernyataan



Hendro Suprpto
201510325317

ABSTRAK

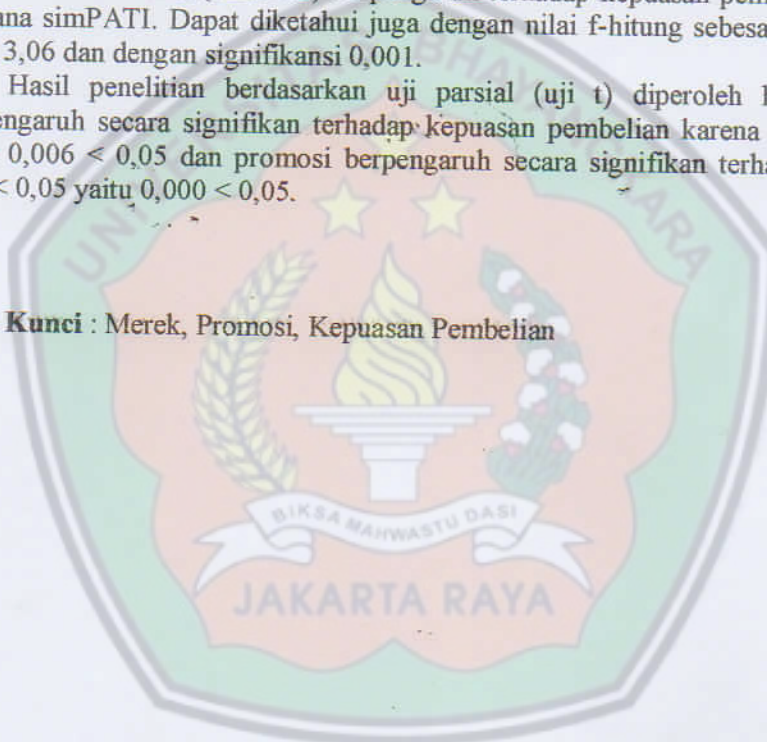
Hendro Suprpto, 201510325317, Pengaruh Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana SimPATI Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana SimPATI. Tempat dan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2016. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer yang diambil dari hasil penyebaran kuesioner sebanyak 152 responden. Data dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji koefisien determinasi, uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji f).

Hasil penelitian ini secara simultan diperoleh hasil merek dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pembelian kartu perdana simPATI. Dapat diketahui juga dengan nilai f-hitung sebesar $7,597 > f$ -tabel 3,06 dan dengan signifikansi 0,001.

Hasil penelitian berdasarkan uji parsial (uji t) diperoleh hasil merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pembelian karena $\text{Sig.} < 0,05$ yaitu $0,006 < 0,05$ dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap karena $\text{Sig.} < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Merek, Promosi, Kepuasan Pembelian



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	6
2.2 Pengertian Merek	8
2.2.1 Fungsi Merek	9
2.3 Pengertian Promosi	10
2.3.1 Bauran Promosi	11
2.4 Kepuasan Pelanggan	13
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu.....	15

2.6 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	23
3.2 Tahapan Penelitian.....	23
3.3 Data atau Variabel yang Digunakan	24
3.3.1 Data Primer	24
3.3.2 Data Sekunder	25
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.5 Metode Pengumpulan Data	26
3.5.1 Angket atau Kuesioner.....	26
3.5.2 Studi Kepustakaan	26
3.6 Hipotesis.....	27
3.7 Alat Analisis yang Digunakan.....	27
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian	27
3.7.1.1 Uji Validitas.....	27
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	27
3.7.2 Uji Normalitas	28
3.7.3 Uji Multikolinieritas.....	28
3.7.4 Uji Heteroskedastisitas	28
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	29
3.7.6 Uji Parsial (Uji t)	29
3.7.7 Uji Simultan (Uji F).....	30
BAB VI ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN.....	31
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	31
4.1.1 Sejarah Perusahaan	31
4.1.2 Visi, Misi dan Budaya Perusahaan.....	34
4.1.3 Struktur Organisasi.....	36
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	39
4.2.1 Gambaran Umum Responden.....	39
4.2.2 Karakteristik Responden	40

4.3 Hasil Analisis Data.....	43
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian.....	43
4.3.1.1 Uji Validitas	43
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.3.2 Uji Normalitas.....	45
4.3.3 Uji Multikolinieritas	46
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas	47
4.3.5 Uji Simultan (Uji F)	48
4.3.6 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	49
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Implikasi Manajerial	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	15
2. Tabel 4.1 Frekuensi Kuesioner	43
3. Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Item	44
4. Tabel 4.3 Hasil Nilai <i>Cronbach Alpha's</i>	45
5. Tabel 4.4 Uji Normalitas Data	46
6. Tabel 4.5 Pengujian Multikolinieritas dengan VIF	47
7. Tabel 4.6 Hasil Uji Simultan (Uji F)	49
8. Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial (Uji t)	50
9. Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51



DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
2. Gambar 4.1 Struktur Organisasi	39
3. Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4. Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Usia	41
5. Gambar 4.4 Berdasarkan Lamanya Penggunaan Kartu simPATI.....	42
6. Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas	48

