

**PENGARUH HARGA DAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CAT TEMBOK DULUX
(STUDI KASUS KONSUMEN BAZAR BANGUNAN BEKASI)**

SKRIPSI

**Oleh:
AGUNG MUHAMMAD FAHMI
201410325002**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Dulux (Studi Kasus pada Konsumen Bazar Bangunan Bekasi)

Nama Mahasiswa : Agung Muhammad Fahmi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325002

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2018



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Cat Tembok Dulux (Studi Kasus Pada
Konsumen Bazar Bangunan Bekasi)
Nama Mahasiswa : Agung Muhammad Fahmi
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325002
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2018

Bekasi, 20 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIP. 1602212


Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIP. 0801124


Penguji II : Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc
NIP. 031806082

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi


M. Fadhli Nursal S.E., M.M
NIP. 1602212


Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.
NIP. 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

PENGARUH HARGA DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAT TEMBOK DULUX (Studi Kasus Pada Konsumen Bazar Bangunan Bekasi) 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 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.

Bekasi, 20 Juli 2018

Yang membuat pernyataan



Agung Muhammad Fahmi

201410325002

ABSTRAK

Agung Muhammad Fahmi, 201410325002. Pengaruh Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Dulux (Studi Kasus Pada Konsumen Supermarket Bazar Bangunan Bekasi).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Harga dan Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian cat tembok dulux. Dan variabel mana yang dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang diolah adalah data primer dengan sampel 120 responden dimana 20 responden sebagai *pre-test*. Dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* yang menggunakan teknik *purposive sampling*. Dimana kuesioner digunakan sebagai bagian dari jawaban responden dengan mengukur skor jawaban dengan menggunakan skala *likert* yang diolah dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*), dengan uji koefisien determinasi (R^2), analisis regresi linier berganda, uji t dan uji f. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga dan Merek memiliki pengaruh yang signifikan secara individual (parsial) terhadap Keputusan Pembelian. Hasil regresi secara bersama-sama (simultan) menunjukkan bahwa Harga dan Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi tingkat Pengaruh Harga dan Merek Produk terhadap Keputusan Pembelian. Merek variabel yang paling dominan dengan nilai hasil uji t sebesar 6.727 terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasinya yaitu, nilai *adjusted R²* yang di hasilkan adalah sebesar 0,355 artinya bahwa pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah kuat. Sedangkan nilai *adjusted R square* adalah 0,342 atau 34,2% artinya pengaruh variabel bebas yaitu Harga dan Merek terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 34,2%.

Kata Kunci: Pengaruh Harga, Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Agung Muhammad Fahmi, 201410325002. *The Influence of Prices and Brands on the Decision to Purchase Dulux Wall Paint (Case Study on Bekasi Building Bazar Supermarket Consumers). The purpose of this research is to find out whether prices and brands influence the decision to buy dulux wall paint. And which variables are dominant influence on Purchase Decisions. This study uses quantitative methods. The data processed is primary data with a sample of 120 respondents where 20 respondents were pre-tested. By using nonprobability sampling method which uses purposive sampling technique. Where the questionnaire was used as part of the respondent's answer by measuring the answer score using a Likert scale that was processed with the SPSS program (Statistical Product and Service Solution), with a coefficient of determination (R^2), multiple linear regression analysis, t test and f test. Based on the results of this study indicate that prices and brands have a significant (partial) influence on purchasing decisions. Regression results together (simultaneously) show that prices and brands have a significant influence on purchasing decisions. So that the regression model can be used to predict the level of influence of product prices and brands on purchasing decisions. The most dominant brand variable with the value of the t test of 6,727 against the Purchase Decision. The determination coefficient value is, the adjusted R^2 value that is generated is equal to 0.355 meaning that the influence between the independent variable and the dependent variable is strong. While the adjusted R square value is 0.342 or 34.2%, it means that the influence of the independent variable, namely Price and Brand, on the Purchase Decision variable is 34.2%.*

Keywords: *Effect of Price, Brand, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Dulux (studi Kasus pada Konsumen Supermarket Bazar Bangunan Bekasi) sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Selama proses penyusunan Skripsi ini penulis mendapatkan bantuan, arahan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Bapak Dr. Rorim Panday, M.M., M.T, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Indra Lubis, S.H., M.M selaku dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
5. Ibu Neng Siti Komariah, S.E., M.M selaku dosen Pembimbing I yang dengan sabar memberikan arahan dan dengan tulus memberikan motivasi kepada penulis.
6. Bapak Haryudi Anas, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing II yang dengan tulus memberikan semangat dan arahan kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.
8. Seluruh staff dan karyawan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya khususnya Fakultas Ekonomi Manajemen.

9. Orang tua tercinta Bapak Sunaryo dan Ibu Nurhaidah dan adik-adik ku tersayang yang selalu memberikan doa setulus hati, semangat yang tiada henti, serta dukungan yang setiap hari diberikan kepada penulis.
10. Pacarku tercinta Djuitha Gustiana yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasi yang tinggi bagi penulis.
11. Seluruh sahabat seperjuangan penulis Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, khususnya untuk kelas reguler sore Manajemen 8-B1 yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
12. Tim Dongo (Ariyanto, Eka Rahayu, Endah Riyani Putri, Dedi Setyawan, Agan Nurfatony, Khoirum Bariyah) yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil serta kerjasamanya.
13. Kucingku Tersayang (Ikki, Cello, Bule, Godek, Unyil, Molly, Melly, Milly, Miki dan Mini) yang selalu memberikan tingkah lucu dan menemani penulis untuk menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi yang disusun ini jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf atas segala kekeliruan yang ada. Penulis berharap Skripsi ini dapat bermanfaat dan bisa menambah ilmu bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bekasi, 16 Juli 2018

Penulis

Agung Muhammad Fahmi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Harga.....	8
2.1.1	Memilih Sasaran Harga.....	9
2.1.2	Menganalisis Harga dan Penawaran Pesaing	9
2.1.3	Menetapkan Harga Produk.....	10
2.1.4	Persepsi Harga.....	10
2.1.5	Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	11
2.2	Merek	13
2.2.1	Pembedaan Merek dengan Produk.....	13
2.2.2	Ciri-Ciri Merek Yang Baik	14
2.2.3	Manfaat Merek	14
2.2.4	Cara Membangun Merek Yang Kuat	15
2.3	Keputusan Pembelian.....	16
2.3.1	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	17
2.3.2	Peran Dalam Pembelian	17
2.3.3	Konsep Pengambilan Keputusan Konsumen	18
2.3.4	Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.4	Peneliti Terdahulu	20
2.5	Kerangka Berpikir.....	22
2.6	Hipotesis.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	27
3.1.2	Teknik Pengumpulan Data	27
3.2	Tahapan Penelitian	28

3.3	Model Konseptual	29
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.5	Tempat dan Waktu Penelitian	33
	3.5.1 Tempat Penelitian.....	33
	3.5.2 Waktu Penelitian	33
3.6	Populasi dan Sampel	33
3.7	Metode Analisis Data	34
	3.7.1 Uji Validitas	34
	3.7.2 Uji Reliabilitas.....	35
	3.7.3 Uji Normalitas	36
	3.7.3.1 Uji Multikolinieritas	37
	3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas	37
	3.7.3.3 Uji Autokorelasi.....	37
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	38
	3.8.1 Koefisien Determinasi (Uji R)	38
	3.8.2 Uji Parsial (Uji T).....	39
	3.8.3 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	39

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Perusahaan	40
	4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	40
	4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	41

4.2	Analisa Responden.....	41
4.2.1	Penyebaran Kuesioner.....	41
4.2.2	Identitas Responden	42
4.3	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	46
4.3.1	Uji Validitas	46
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	49
4.4	Analisis Statistik Deskriptif	50
4.4.1	Uji Normalitas	50
4.4.2	Uji Multikolinieritas	51
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	52
4.4.4	Uji Autokorelasi	53
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.5.1	Koefisien Determinasi (Uji R)	55
4.6	Hasil Uji Hipotesis	56
4.6.1	Uji Parsial (Uji T).....	56
4.6.2	Uji Simultan (Uji F)	57
4.7	Pembahasan.....	58
4.7.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.7.2	Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.7.3	Pengaruh Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	60

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	61
5.2	Implikasi Manajerial	62

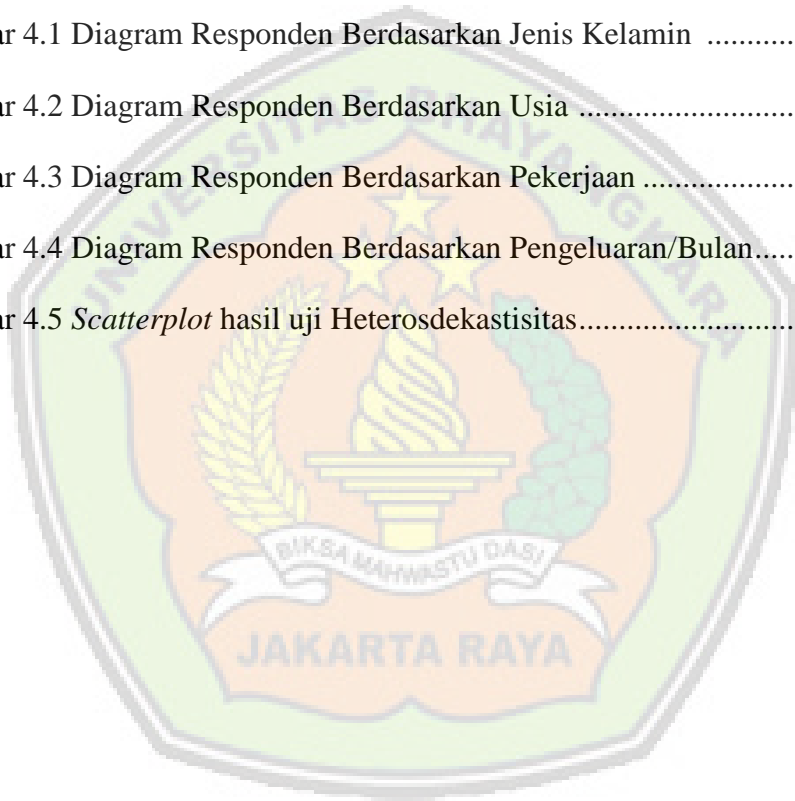
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Daftar Model Konseptual Proses Kognitif Harga	11
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Evaluasi Alternatif	20
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir Teoritis.....	23
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	28
Gambar 3.2 Model Konseptual	29
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia	44
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Pengeluaran/Bulan.....	46
Gambar 4.5 <i>Scatterplot</i> hasil uji Heterosdekastisitas.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Referensi Skripsi

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga

Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel Merek

Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel Keputusan Pembelian

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Merek

Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga, Merek dan
Keputusan Pembelian

Lampiran 10 Tabulasi Data Penelitian Variabel Harga

Lampiran 11 Tabulasi Data Penelitian Variabel Merek

Lampiran 12 Tabulasi Data Penelitian Variabel Keputusan Pembelian

Lampiran 13 Hasil Uji Pengolahan Data

Lampiran 14 Tabel Uji R

Lampiran 15 Tabel Uji T

Lampiran 16 Tabel Uji F

Lampiran 17 Tabel R

Lampiran 18 Tabel T

Lampiran 19 Tabel F

Lampiran 20 *Curriculum Vitae*

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Perbandingan Harga	2
Tabel 1.2 Penjualan	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Angket Penelitian	32
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Tiap Bulan	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harga	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Citra Merek	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Harga	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Merek	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R)	55
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji T)	56
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F)	58