

**ANALISIS PROMOSI, HARGA, DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA KOPI JANJI JIWA JILID 389**

SKRIPSI

Oleh :

Ratna Wulandari

201710325134



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Promosi, Harga, dan Inovasi Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Jilid
389

Nama Mahasiswa : Ratna Wulandari

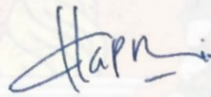
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325134

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Januari 2021

Jakarta, 09 Februari 2021

MENYETUJUI,
Pembimbing I,



Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Promosi, Harga, dan Inovasi Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Jilid
389
Nama Mahasiswa : Ratna Wulandari
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325134
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Januari 2021

Jakarta, 29 Januari 2021

MENGESAHKAN,

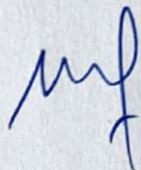
Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA
NIDN 0309048102

Penguji I : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN 0319067606

Penguji II : Hadita, S.Pd., M.M
NIDN 0329048302

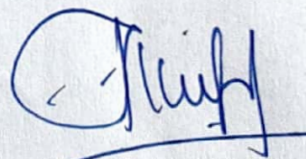
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN : 0325057908

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ratna Wulandari
NPM : 201710325134
Tempat Tanggal Lahir : Tegal, 12 Mei 1999
Alamat : Pondok Ungu Permai Sektor V blok E1
No.18 RT 004 RW 021 Kelurahan Bahagia
Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi.

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi saya dengan judul “Analisis Promosi, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Jilid 389” merupakan hasil pekerjaan saya sendiri dan seluruh ide, pendapat, atau materi didapat dari sumber lain yang telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan apa yang saya nyatakan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Manajemen yang nanti saya dapatkan.

Bekasi, 28 Januari 2020

Yang membuat pernyataan,



Ratna Wulandari

201710325134

ABSTRAK

Ratna Wulandari. 201710325134. Analisis Promosi, Harga, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Jilid 389.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu Promosi, Harga, Dan Inovasi Produk, dan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan di Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 389. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan kopi janji jiwa jilid 389 yang berjumlah 90 orang. Secara parsial variabel Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung sebesar $4,077 > 1.66256$ t-tabel. Secara parsial hasil variabel Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung sebesar $3,648 > 1.66256$ t-tabel. Dan secara parsial hasil variabel Inovasi Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung sebesar $5,320 > 1.66256$ t-tabel. Sedangkan berdasarkan hasil uji simultan yang didapatkan dari penelitian ini pada variabel Promosi, Harga, dan Inovasi Produk telah diperoleh hasil nilai F hitung $45,439 > 2,71$ F tabel.

Kata kunci : Promosi, Harga, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Ratna Wulandari. 201710325134. *Analysis of Promotions, Prices, and Product Innovations on Purchasing Decisions on Kopi Janji Jiwa Volume 389.*

This research aims to determine simultaneously and partially the independent variables, namely Promotion, Price, and Product Innovation, and the dependent variable, namely Purchase Decisions. This research was conducted at the Kedai Kopi Janji Jiwa Jlid 389. In this study, a quantitative approach was used and the data analysis used was the classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis using the SPSS version 24 application. The population in this study were all The coffee customer promises soul volume 389, amounting to 90 people. Partially the promotion variable has a significant influence on purchasing decisions with a t-count value of $4.077 > 1.66256$ t-table. Partially the results of the price variable have a significant effect on purchasing decisions with a t-count value of $3,648 > 1.66256$ t-table. And partially the results of the Product Innovation variable have a significant effect on purchasing decisions with a t-count value of $5,320 > 1.66256$ t-table. Meanwhile, based on the simultaneous test results obtained from this study on the variables of Promotion, Price, and Product Innovation, the results of the F count $45.439 > 2.71$ F table.

Keywords: Promotion, Price, Product Innovation, Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Harga, Promosi, Dan Inovasi Ptoduk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Jilid 389” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CMA., CBV, CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Manajemen.
4. Dr.Ir. Raden Achmad Harianto, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dari awal masuk sampai akhir skripsi ini.
5. Hadita, S,Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan semangat, motivasi dan arahan selama penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

7. Ibu dan Bapak dan seluruh pegawai Kopi Janji Jiwa Jilid 389, yang telah membantu penulis memberikan informasi dan data yang penulis gunakan sebagai bahan untuk penulisan skripsi ini.
8. Kedua Orang Tua saya tercinta, Ayahanda Cayo dan Ibu Sumarni beserta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan selama proses pembuatan skripsi
9. Teman dekat saya, Yanuar Akbar. Saya berterima kasih sekali atas dukungan dan doanya serta telah menemani saya untuk mengerjakan skripsi ini.
10. Fitri Aziziah, Fathimah Abidah, Monica Valentine, dan Hadrisah Hilmi partner skripsi saya yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis.
11. Seluruh teman dan kaka tingkat yang telah berbagi pengalamannya mengenai skripsi.
12. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 09 Februari 2021

Penulis



Ratna Wulandari

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Promosi.....	8
2.1.1 Pengertian Promosi.....	8
2.1.2 Tujuan Pomosi.....	8
2.1.3 Indikator Promosi	9
2.2 Harga	9
2.2.1 Pengertian Harga	9
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga	10
2.2.3 Indikator Harga.....	10

2.3 Inovasi Produk	11
2.3.1 Pengertian Inovasi Produk	11
2.3.2 Indikator Inovasi Produk.....	12
2.4 Keputusan Pembelian	12
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.4.2 Dimensi Keputusan Pembelian	13
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	13
2.5 Hipotesis	14
2.6 Kerangka Pemikiran	14
2.7 Penelitian Terdahulu	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Tahapan Penelitian	21
3.3 Model Konseptual	22
3.4 Operasional Variabel.....	23
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
3.4.1 Waktu Penelitian	24
3.4.2 Tempat Penelitian.....	24
3.6 Metode Pengambilan Populasi Dan Sampel.....	24
3.6.1 Populasi Penelitian	24
3.6.2 Sampel Penelitian	25
3.7 Teknik Pengumpulan Data	25
3.7.1 Kuesioner (Angket)	25
3.8 Uji Instrumen	26
3.8.1 Uji Validitas	26
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	26
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	27

3.8.3.1 Uji Normalitas	27
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	27
3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas	28
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
3.8.5 Uji Hipotesis.....	28
3.8.5.1 Uji Parsial (Uji T)	28
3.8.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Sejarah Perusahaan.....	30
4.2 Hasil Penelitian	31
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	31
4.2.2 Identitas Responden.....	31
4.3 Uji Kualitas Data.....	33
4.3.1 Uji Validitas	33
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	36
4.4 Uji Asumsi Klasik	37
4.4.1 Uji Normalitas	37
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	39
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	39
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
4.6 Uji Hipotesis	41
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	41
4.6.2 Uji T.....	42
4.6.3 Uji F.....	44
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	45
4.7.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	45
4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	45
4.7.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	46

4.7.4 Pengaruh Disiplin Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai	46
BAB V PENUTUP	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Implikasi Manajerial	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Kopi Janji Jiwa Jilid 389 Pondok Ungu Permai Dalam 1 Tahun	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	23
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	26
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Promosi (X1).....	33
Tabel 4. 5 Uji Validitas Variabel Harga (X2)	34
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X3)	35
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	36
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	37
Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....	38
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas.....	39
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	42
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	43
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	15
Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Referensi
2. Hasil Uji Plagiat
3. Data Kuesioner
4. Daftar Tabulasi Kuesioner
5. Hasil Uji SPSS
6. Daftar Riwayat Hidup

