

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KEMASAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AQUA  
GALON 19L  
(Studi Kasus Pada Minimarket Perumahan Taman Kebalen)**

**SKRIPSI**

Oleh  
**ANGGA DWI WIJAYA**  
**201710325029**



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

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Aqua Galon 19L (Studi Kasus Pada Minimarket Perumahan Taman Kebalen)

Nama Mahasiswa : Angga Dwi Wijaya

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325029

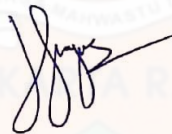
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 08 Juli 2021

Jakarta, 20 Juni 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing



Haryudi Anas, S.E., M.S.M

NIDN : 0317117801

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Aqua Galon 19 L (Studi Kasus Pada Minimarket Perumahan Taman Kebalen)

Nama Mahasiswa : Angga Dwi Wijaya

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325029

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 08 Juli 2021

Jakarta, 16 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Matdio Siahaan, S.E., M.M

NIDN : 0413047002

Penguji I : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA

NIDN : 0309048102

Penguji II : Haryudi Anas, S.E., M.S.M

NIDN : 0317117801

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

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

NIDN : 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Aqua Galon 19 L (Studi Kasus Pada Minimarket Perumahan Taman Kebalen) ini adalah benar-benar 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 penulis karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan bahwa adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini di pinjam 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 Bayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 29 Maret 2021

Yang membuat pernyataan,

  
  
Angga Dwi Wijaya

201710325029

## ABSTRAK

**Angga Dwi Wijaya, 201710325029.** Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Aqua Galon 19 L (Studi Kasus Pada Minimarket Perumahan Taman Kebalen).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kemasan terhadap keputusan pembelian aqua 19L. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan sampel berjumlah 81 responden. Pengumpulan data melalui observasi dan penyebaran kuesioner menggunakan program *spss.16* linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig) 0,822 lebih besar ( $>$ ) dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  -0,225 ( $<$ ) dari  $t_{tabel}$  1,990 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama ditolak Artinya, tidak terdapat pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Bahwa nilai signifikansi (sig) 0,000  $>$  0,05. Dan nilai  $t_{hitung}$  2.092 lebih besar ( $>$ ) dari  $t_{tabel}$  1,990 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya, ada pengaruh promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). nilai signifikansi (sig) 0,000  $>$  0,05. Dan nilai  $t_{hitung}$  4.548 lebih besar ( $>$ ) dari  $t_{tabel}$  1,990 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 atau hipotesis ketiga diterima. Artinya, ada pengaruh kemasan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Dari hasil uji F untuk H4, nilai  $F_{hitung}$  82,267 lebih besar ( $>$ ) dari  $F_{table}$  sebesar 3,960. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F ini dapat di simpulkan bahwa hipotesis diterima terkait variabel harga (X1), promosi (X2), dan kemasan (X3), secara simultan atau bersama-sama ada pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

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



## **ABSTRACT**

**Angga Dwi Wijaya**, 201710325029. *The Influence of Price, Promotion, and Packaging on Purchasing Decisions for Aqua Gallon 19 L (Case Study at Taman Kebalen Housing Minimarket).*

*This study aims to determine the effect of price, promotion, and packaging on purchasing decisions aqua 19L. This study uses quantitative research with a sample of 81 respondents. Collecting data through observation and distributing questionnaires using the multiple linear spss.16 program. The results showed that the significance value (sig) of 0.822 was greater (>) than 0.05 and the value of tcount was -0.225 (<) from ttable 1.990 so it could be concluded that H1 or the first hypothesis was rejected. That is, there is no effect of price (X1) on the decision purchase (Y). That the significance value (sig) is 0.000 > 0.05. And the value of tcount 2.092 is greater (>) than ttable 1.990 so it can be concluded that H2 or the second hypothesis is accepted. That is, there is an effect of promotion (X2) on purchasing decisions (Y). significance value (sig) 0.000 > 0.05. And the tcount value is 4,548 greater (>) than ttable 1,990 so it can be concluded that H3 or the third hypothesis is accepted. That is, there is an effect of packaging (X3) on purchasing decisions (Y). From the results of the F test for H4, the value of Fcount is 82.267 which is greater (>) than Ftable of 3.960. So as the basis for decision making in this F test, it can be concluded that the hypothesis is accepted regarding the price (X1), promotion (X2), and packaging (X3) variables, simultaneously or together there is a positive influence on purchasing decisions (Y).*

**Keywords: Price, Promotion, Packaging, Purchase Decision**



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini sebagai untuk memenuhi salah syarat gelar sarjana program studi manajemen Pemasaran. Judul proposal penulis yang dapat diajukan yaitu **Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Aqua Galon 19 L (Studi Kasus Pada Minimarket Perumahan Taman Kebalen)**. Dalam penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan dan mendapatkan saran, dorongan dari pembimbing serta dukungan atau semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Irjen Pol. (Purn) Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Haryudi Anas, S.E., M.S.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan baik selama beberapa bulan ini.
4. Dr. Wastam Wahyu Hidayat, SE., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik saya.
5. Terimakasih kepada orang tua, keluarga dan teman saya yang selalu memberikan semangat, dukungan, do'a dan perhatian selama ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta semua pihak yang berkepentingan dalam penulisan skripsi ini . Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Jakarta, 29 Maret 2021

Penulis



Angga Dwi Wijaya



# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.2 Pengertian Harga.....	11
2.3 Pengertian Promosi.....	13
2.4 Pengertian Kemasan.....	14
2.4.1 Fungsi Kemasan.....	14
2.4.2 Tujuan Kemasan.....	15
2.5 Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.6 Penelitian Terdahulu.....	20
2.7 Kerangka Berfikir.....	25
2.8 Hipotesis.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Tahapan Penelitian.....	28

3.3 Model Konseptual Penelitian.....	28
3.4 Operasionalisasi Variabel .....	30
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
3.6 Metode Pengambilan Sampel .....	34
3.7 Metode Analisis Data.....	36
3.7.1 Uji Instrumen Data.....	38
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
3.9 Uji Hipotesis .....	41
3.9.1 Uji t (t-test).....	41
3.9.2 Uji F (F-test) .....	42
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	43
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Umum Instansi .....	45
4.1.1 PT. Tirta Investama DC Cikarang .....	45
4.1.2 Visi dan Misi PT. Tirta Investama DC Cikarang.....	47
4.2 Struktur Organisasi. ....	47
4.2.1 Struktur Organisasi PT. Tirta Investama DC Cikarang .....	47
4.3 Analisis data.....	48
4.3.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner .....	48
4.3.2 Analisis deskriptif Responden. ....	48
4.4 Metode Analisis .....	52
4.4.1 Hasil Deskripsi Data .....	52
4.4.2 Hasil Uji Validitas .....	52
4.4.3 Uji Reliabilitas .....	53
4.4.3.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
4.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Uji Normalitas.....	56
2. Uji Multikolinearitas .....	57
3. Uji Heterokedastisitas .....	57
4. Uji hipotesis .....	58
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	58
4.6 Uji t (Parsial).....	60

4.7 Uji F (F-test) .....	62
4.8 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	64
4.9 Pembahasan.....	65
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	68
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Implikasi Manajerial .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	71
<b>LAMPIRAN</b> .....	73

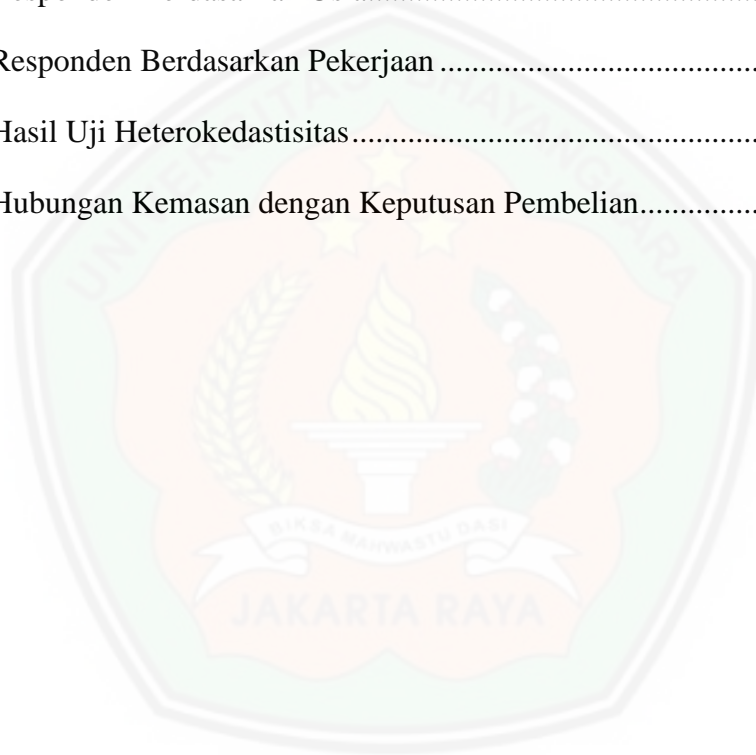


## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan .....	4
Tabel 1.2 Data Penjualan .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	31
Tabel 3.2 Skala Likert .....	36
Tabel 4.1 Proses Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner .....	48
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	52
Tabel 4.9 Uji Reabilitas Harga (X1).....	54
Tabel 4.10 Uji Reabilitas Promosi (X2).....	54
Tabel 4.11 Uji Reabilitas Kemasan (X3).....	54
Tabel 4.12 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	55
Tabel 4.13 Uji Normalitas .....	56
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis regresi berganda.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji t (t-test) .....	61
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji F (f-test) .....	63
Tabel 4.19 Hasil Uji Determinasi R <sup>2</sup> .....	64

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	17
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 3.1 Metode Konseptual Penelitian .....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	47
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	58
Gambar 4.6 Hubungan Kemasan dengan Keputusan Pembelian.....	66





## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup .....	60
Lampiran 2 Uji Plagiarisme .....	61
Lampiran 3 Uji Referensi .....	62
Lampiran 4 Buku Bimbingan .....	66
Lampiran 5 Angket Kuesioner .....	70
Lampiran 6 Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing Akademik .....	78
Lampiran 7 Tabel r .....	79
Lampiran 8 Tabel t .....	80
Lampiran 9 Tabel F .....	81
Lampiran 10 Tabel Hasil Pengolahan Data .....	82
Lampiran 11 Hasil Kuesioner .....	87