

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTO BUBUR  
BAYI NINDITA MELALUI APLIKASI GRABFOOD**

**SKRIPSI**

**Oleh :  
Mortiani  
201710325185**



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

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap  
Keputusan Pembelian Pada Resto Bubur  
Bayi Nindita Melalui Aplikasi GrabFood

Nama Mahasiswa : Mortiani

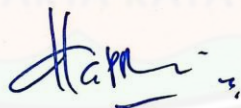
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325185

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Juli 2021

Jakarta, 13 Juli 2021

MENYETUJUI,  
Pembimbing



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

NIDN : 0329048302

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap  
Keputusan Pembelian Pada Resto Bubur  
Bayi Nindita Melalui Aplikasi GrabFood

Nama Mahasiswa : Mortiani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325185

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Juli 2021

Jakarta, 13 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA., Ph.D  
NIDN : 0311096604

Penguji I : Dr. Hadita, S.Pd., M.M  
NIDN : 0329048302

Penguji II : Neng Siti Komariah, S.E., M.M  
NIDN : 0327128105

  
.....  
  
.....

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 Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Resto Bubur Bayi Nindita Melalui Aplikasi GrabFood

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, 13 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Mortiani

201710325185

## ABSTRAK

**Mortiani. 201710325185.** Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Resto Bubur Bayi Nindita Melalui Aplikasi GrabFood.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada resto bubur bayi nindita melalui aplikasi GrabFood. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen resto bubur bayi nindita melalui aplikasi GrabFood. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen resto bubur bayi nindita yang melalui aplikasi GrabFood mulai dari Bekasi Utara, Perbatasan Kabupaten Bekasi hingga Perbatasan Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan dengan teknik sampel *Non Probability Sampling* digunakan dengan cara *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi  $Y = 0,772 + 0,336 X_1 + 0,523 X_2$ .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung sebesar  $4,745 > 1,984$  t-tabel. Secara parsial variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung sebesar  $7,622 > 1,984$  t-tabel. Dan secara simultan variabel Promosi dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F-hitung  $103,053 > 3,09$  F-tabel.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

**Mortiani. 201710325185.** *The Effect of Promotions and Prices on Purchase Decisions at Nindita Baby Porridge Restaurant through the GrabFood Application*

*This study aims to determine the effect of promotion and price on purchasing decisions at Nindita's baby porridge restaurant through the Grab Food application. This research is a quantitative research. The object of this research is the consumer of Nindita - happy baby porridge restaurant through the GrabFood application. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The population in this study are consumers of Nindita baby porridge restaurants through the Grab Food application starting from North Bekasi, Bekasi Regency Border to East Jakarta Border. This research was conducted using a non-probability sampling technique used by accidental sampling with a sample size of 100 respondents. Analysis of the data used is multiple linear regression obtained by the regression equation  $Y = 0.772 + 0.336 X1 + 0.523 X2$ .*

*The results showed that partially the Promotion variable had a positive and significant effect on Purchase Decisions with a t-count value of  $4.745 > 1.984$  t-table. Partially, the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count value of  $7.622 > 1.984$  t-table. And simultaneously the Promotion and Price variables have a positive and significant effect on Purchase Decisions with an F-count value of  $103.053 > 3.09$  F-table.*

*Keywords: Promotion, Price, Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Resto Bubur Bayi Nindita – Bahagia Melalui Aplikasi Grabfood)”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu perkenankan penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak., CA., CSRA., CMA., CBV., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M., M.Pd. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Hadita, S.Pd., M.M., M.Pd. Yang juga selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, mengarahkan dan membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Ibu Nindita Hienderasti yang telah membantu penulis memberikan informasi dan data yang penulis gunakan sebagai bahan untuk penulisan skripsi ini.



7. Teristimewa untuk kedua orangtua yang paling tersayang beserta kakakku, yang senantiasa selalu mendo'akan, memberikan dorongan, dan dukungan tanpa mengenal lelah selama menempuh pendidikan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Teman-temanku diperkuliahan selama 4 tahun (Tiara Damayanti, Rayana Olvi Br. Saragih, Zata Zukrina, Azizah Ciptanti Luhurati, Dewi Sri Aningsih, Annisa Ade Chandra.P, Nazila Isnaeni Pebriola, Tuzifah Novianti) yang selalu saling mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman kecilku Intan Nurmalasari dan Dina Nur Handayani yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Seluruh kaka tingkat yang telah berbagi pengalamannya mengenai skripsi.
11. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk penulis serta atas kerjasamanya.

Dengan harapan semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda atas semua bantuan dan do'anya. Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga apa yang terkandung dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 13 Juli 2021

Penulis

Mortiani

# DAFTAR ISI

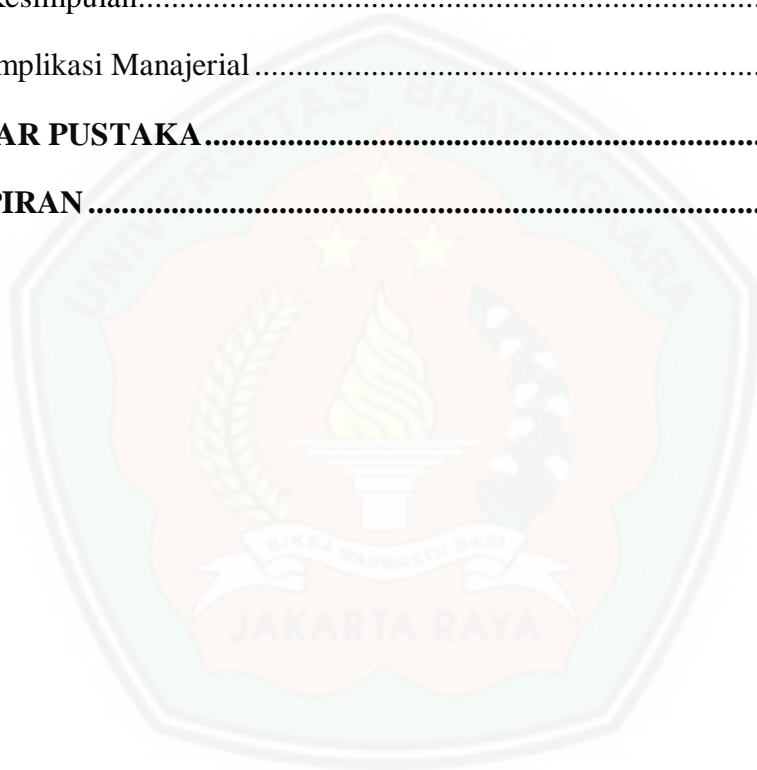
Halaman

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Batasan Masalah .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Promosi .....	8
2.1.1 Pengertian Promosi.....	8
2.1.2 Tujuan Promosi .....	9
2.1.3 Indikator Promosi .....	9
2.2 Harga.....	10

2.2.1	Tujuan Penetapan Harga .....	11
2.2.2	Indikator Harga.....	11
2.3	Keputusan Pembelian.....	12
2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	12
2.3.2	Tahapan-Tahapan Keputusan Pembelian.....	13
2.3.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi .....	14
2.3.4	Indikator Keputusan Pembelian .....	14
2.4	Penelitian Terdahulu .....	15
2.5	Kerangka Pemikiran .....	17
2.6	Hipotesis Penelitian .....	18
2.6.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	18
2.6.3	Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>20</b>
3.1	Desain Penelitian .....	20
3.2	Tahapan-Tahapan Penelitian .....	20
3.4	Operasional Variabel .....	22
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian .....	24
3.6	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel .....	25
3.6.1	Populasi.....	25
3.6.2	Sampel.....	25
3.6.3	Jenis dan Sumber Data.....	26
3.6.4	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7	Uji Instrumen.....	27
3.7.1	Uji Validitas .....	27
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	28

3.8	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.8.1	Uji Normalitas .....	28
3.8.2	Uji Multikolineritas .....	28
3.8.3	Uji heteroskedastisitas .....	29
3.9	Analisis Regresi Linear Berganda .....	29
3.10	Uji Hipotesis.....	29
3.10.1	Uji Parsial ( t ) .....	29
3.10.2	Uji Simultan ( f ).....	30
3.10.3	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>31</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	31
4.1.2	Visi & Misi Resto Bubur Bayi Nindita.....	32
4.2	Hasil Penelitian.....	32
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan kuesioner.....	32
4.2.2	Identitas Responden.....	33
4.3	Hasil Uji Instrument .....	35
4.3.1	Uji Validitas .....	35
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	37
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	38
4.4.1	Uji Normalitas .....	38
4.4.2	Uji Multikolineritas .....	39
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	39
4.5	Analisis Regresi linear Berganda .....	40
4.6	Uji Hipotesis.....	41
4.6.1	Uji T .....	41

4.6.2	Uji F .....	42
4.6.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	43
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	43
4.7.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.7.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	44
4.7.3	Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	45
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>47</b>
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Implikasi Manajerial .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>49</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>54</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Harga Bubur Bayi Homemade di Grabfood .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	23
Tabel 3. 2 Skala Penelitian Likert.....	27
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner .....	33
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	34
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Bubur Yang Dibeli .....	34
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan .....	35
Tabel 4. 6 Uji Validitas Promosi (X1) .....	36
Tabel 4. 7 Uji Validitas Harga (X2) .....	36
Tabel 4. 8 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	37
Tabel 4. 9 Uji Realibilitas .....	37
Tabel 4. 10 Uji Normalitas .....	38
Tabel 4. 11 Uji Multikolineritas .....	39
Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	41
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	42
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinas ( $R^2$ ) .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 .....	1
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	17
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 4. 1 Logo Resto Bubur Bayi Nindita .....	31
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas.....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 HASIL PLAGIARISM CHECKER-X

LAMPIRAN 2 UJI REFERENSI SKRIPSI

LAMPIRAN 3 KESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 4 TABEL TABULASI

LAMPIRAN 5 HASIL UJI SPSS

LAMPIRAN 6 DOKUMENTASI

