

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN HARGA
JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI
PT. ALTIKAMURNI INTERNUSA**

SKRIPSI

Oleh:

Maria Goreti Lusya Susanti

201810325210



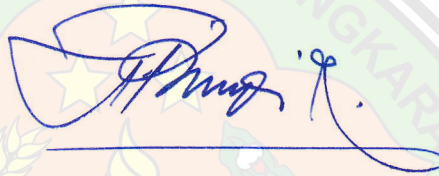
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Harga Jual
Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Di PT. Altikamurni Internusa
Nama Mahasiswa : Maria Goreti Lusiana Susanti
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325210
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2022

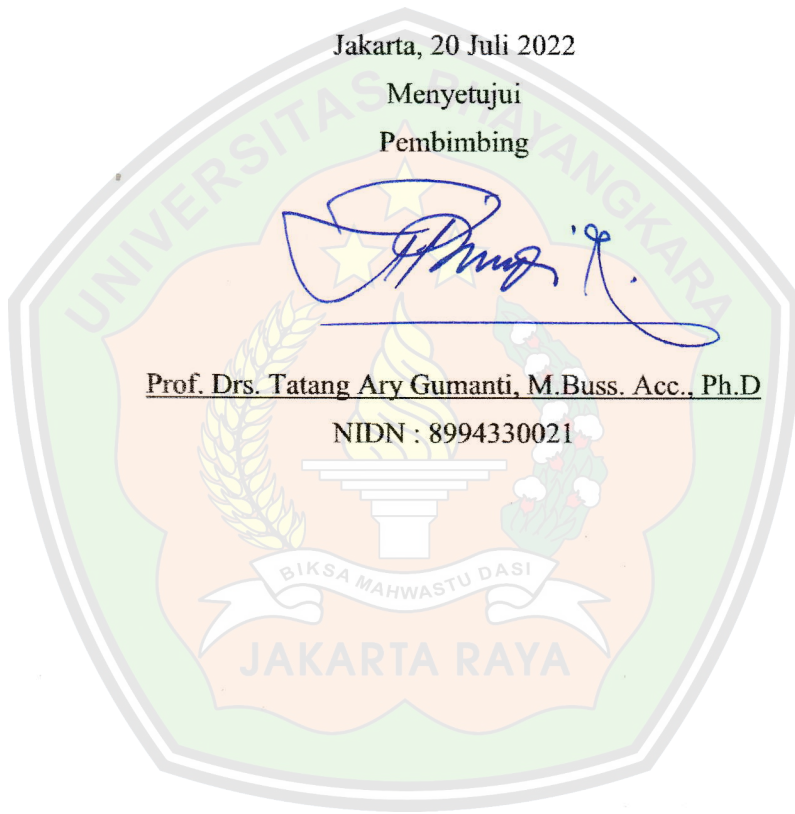
Jakarta, 20 Juli 2022

Menyetujui
Pembimbing



Prof. Drs. Tatang Ary Gumanti, M.Buss. Acc., Ph.D

NIDN : 8994330021



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan
Harga Jual Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Di PT. Altikamurni
Internusa

Nama Mahasiswa : Maria Goreti Lusiana Susanti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325210

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2022

Jakarta, 18 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom., MBA

NIDN 0325027901

Penguji 1 : Andrian, S.E., MM

NIDN 0321077102

Penguji 2 : Prof. Drs. Tatang Ary Gumanti, M.Buss. Acc., Ph.D

NIDN 8994330021

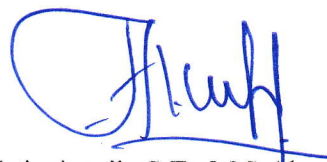
MENGETAHUI

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita S. Pd. MM
NIDN. 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, S.E., M.S. Ak.
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di PT. Altikamurni Internusa.” 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 ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi di Universitas Bhayangkara 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 Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 21 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Maria Goreti Lusía Susanti

201810315210

ABSTRAK

Maria Goreti Lusía Susanti 201810325210 Komunikasi Pemasaran dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT. Altikamurni Internusa.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran dan harga jual terhadap pengambilan keputusan pembelian dalam membeli produk PT. Altikamurni Internusa. Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT. Altikamurni Internusa, teknik pengumpulan sample dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* diperoleh 115 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *robustness test*, setelah sebelumnya dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga jual tidak berpengaruh signifikan, tidak menjadi faktor penentu keputusan pembelian pelanggan. Pengaruh komunikasi pemasaran terbukti memiliki pengaruh positif signifikan lebih besar terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Harga Jual, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Maria Goreti Lusiana Susanti 201810325210 Marketing Communication and Selling Prices on Product Purchase Decisions at PT. Altika Pure Internusa.

The objective of this research is to analyze the impact of marketing communications and selling prices on purchasing decisions in buying products of PT. Altikamurni Internusa. This type of research is a quantitative approach. The population of this research is the customers of PT. Altikamurni Internusa, the sample collection technique in this study using purposive sampling obtained 115 respondents. The data collection technique was using questionnaires. The data analysis method used is the robustness test, after previously being tested for validity, reliability and multiple linear regression testing. The results shown that the selling price variable had no significant effect, it was not a determining factor for customer purchasing decisions. The influence of marketing communication is proven to have a significantly greater positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Marketing Communication, Selling Price, Purchase Decision

PRAKATA

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan ijin-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT. Altikamurni Internusa”. Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam menyusun skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, doa serta dukungan yang begitu berarti. Penulis dengan segala hormat serta kerendahan hati, perkenankanlah untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selalu menyertai dan memberikan berkat selama pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Istianingsih, SE, M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Indah Rizki Maulia, S.Psi.,M.M. selaku dosen akademik dan seluruh dosen serta jajaran staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Prof. Drs. Tatang Ary Gumanti, M.Buss. Acc., Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi saya. Terima kasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak selalu dalam lindungan Tuhan.
7. Terima kasih kepada kedua orang tua saya dan adik – adik saya, yang telah memberikan semangat dan doa kepada saya untuk mengerjakan skripsi ini.

8. Bapak Antonius Sigit selaku *Factory Manager* PT. Altikamurni Internusa yang telah memberikan dukungan berupa ijin dalam meneliti di PT. Altikamurni Internusa dan ijin dalam menggunakan waktu kerja untuk bimbingan.
9. Teman seperjuangan skripsi Halimah Tussadiah, Fajri Ananda Rusmahendra, Satria Ibnu Tsabitdien yang selalu saling mendukung selama penyusunan skripsi ini.
10. Suami saya Mas Leonardus Mipur Agung Hutomo yang selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
11. Jessica, Guntur, Wulan, Muammar, Ari Kurniawan, S.Pi, M.Si serta teman-teman selama kuliah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut memberikan semangat, dukungan dan bantuan selama perkuliahan.
12. Seluruh pelanggan PT. Altikamurni Internusa yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik pembaca.

Penulis

Maria Goreti Lusiana Susanti

NPM : 201810325210

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Keputusan Pembelian	7
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	9
2.1.3 Harga Jual	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	15
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	15
2.4.1 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2.4.2 Pengaruh Harga Jual Terhadap Keputusan Pelanggan.....	16
BAB III	17

METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Desain Penelitian	17
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	17
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	17
3.4 Populasi dan Sampel.....	17
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	18
3.6 Metode Analisis Data	19
3.6.1 Uji Validitas	19
3.6.2 Uji Reliabilitas	19
3.6.3 Statistik Deskriptif	20
3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda	20
3.6.5 Uji Asumsi Klasik.....	20
3.6.6 Uji Hipotesis	21
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	23
BAB IV	25
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	25
4.1.1 Profile Perusahaan	25
4.2 Hasil Penelitian.....	25
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuisioner	25
4.2.2 Identitas Responden.....	26
4.3 Uji Kualitas Data.....	28
4.3.1 Uji Validitas.....	28
4.3.2 Uji Reliabilitas	29
4.3.3 Uji Normalitas	30
4.3.4 Uji Multikolinieritas	31
4.3.5 Uji Heteroskedastisitas.....	32
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	32
4.5 Pembahasan.....	33
4.5.1 Hipotesis Komunikasi Pemasaran	33
4.5.2 Hipotesis Harga Jual	34
BAB V.....	38
PENUTUP.....	38
5.1 Kesimpulan	38

5.2 Implikasi Manajerial	38
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	39
5.4 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	44



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	13
Tabel 3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	18
Tabel 4.1 Hasil dan Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	26
Tabel 4.2 Ringkasan responden berdasarkan jenis kelamin	26
Tabel 4.3 Ringkasan responden berdasarkan rentang usia.....	27
Tabel 4.4 menyajikan ringkasan responden berdasarkan lama menjadi pelanggan	27
Tabel 4.5 Uji Validitas Komunikasi pemasaran (X1).....	28
Tabel 4.6 Uji Validitas Harga Jual (X2)	29
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan pembelian produk (Y)	29
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	30
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	30
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	31
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas	32
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	32
Tabel 4.13 Uji kekuatan (robustness test) pelanggan Lama (n=81)	35
Tabel 4.14 Uji kekuatan (robustness test) pelanggan Baru (n=34).....	35
Tabel 4.15 Uji kekuatan (robustness test) pelanggan Laki-laki (n=67)	36
Tabel 4.16 Uji kekuatan (robustness test) pelanggan Perempuan (n=48).....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	15
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	23
Gambar 4.1 Uji Normalitas	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Kuesioner	44
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Responden	46
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Komunikasi Pemasaran (X1).....	54
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Harga Jual (X2)	55
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	56
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas Komunikasi Pemasaran (X1).....	57
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Harga Jual (X2).....	57
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	57
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas	58
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Lampiran 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	59
Lampiran 13 Uji Kekuatan (<i>Robustness Test</i>) Pelanggan Lama (n-81).....	59
Lampiran 14 Uji Kekuatan (<i>Robustness Test</i>) Pelanggan Baru (n-34).....	59
Lampiran 15 Uji Kekuatan (<i>Robustness Test</i>) Pelanggan Laki-laki (n-67)	60
Lampiran 16 Uji Kekuatan (<i>Robustness Test</i>) Pelanggan Perempuan (n-48).....	60
Lampiran 17 Uji Referensi.....	61
Lampiran 18 Uji Plagiarisme	65
Lampiran 19 Kartu Bimbingan	70
Lampiran 20 Daftar Riwayat Hidup.....	71