

**PENGARUH *HARGA* DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA
PRODUK BAYGON DI JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

Oleh :

Haris Choeruddin

202010325019



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Melalui Minat Beli Pada Produk Baygon
Di Jakarta Timur

Nama Mahasiswa : Haris Choeruddin

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325019

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

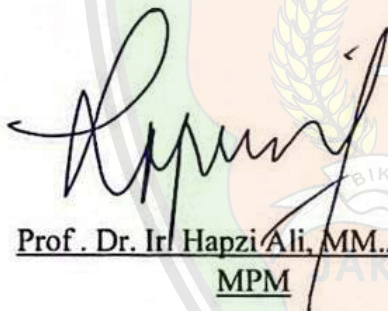
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA.,
MPM

NIDN.0012016601



Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA

NIDN.0303038004

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli
Pada Produk Baygon Di Jakarta Timur

Nama Mahasiswa : Haris Choeruddin

Nomor Pokok : 202010325019

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

NIDN : 0326126102

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Heni Rohaeni, S.sos, M.si.

NIDN : 0314068202

Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN : 0012016601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen


Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Produk Baygon Di Jakarta Timur.” 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 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 mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Haris Choeruddin

202010325019

ABSTRAK

Haris Choeruddin, 202010325019 Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Produk Baygon Di Jakarta Timur

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antar variabel Harga dan Promosi terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Baygon Di Jakarta Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana dengan melakukan teknik incidental/ Asidental sampling untuk sebagai cara pengambilan sampel. Dalam penelitian ini menggunakan 200 responden untuk digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini, dimana dalam penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dengan penyebaran kuesioner kepada customer baygon di jakarta timur. Hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa: 1) *Harga* berpengaruh signifikan terhadap Minat beli, 2) Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, 3) *Harga* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 4) Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 5) Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, Minat Beli

ABSTRACT

Haris Choeruddin, 202010325019 *The Influence of Price and Promotion on Purchasing Decisions Through Purchase Interest in Baygon Products in East Jakarta*

This study aims to determine the effect of the relationship between Price and Promotion variables on Purchase Interest and Purchase Decisions for Baygon Products in East Jakarta. The method used in this study is a quantitative method, which uses incidental/Asidental sampling techniques as a way of taking samples. In this study, 200 respondents were used as samples in this study, where in this study primary data was obtained by distributing questionnaires to Baygon customers in East Jakarta. The findings of the research that has been conducted show that: 1) Price has a significant effect on Purchase Interest, 2) Promotion has a significant effect on Purchase Interest, 3) Price has a significant effect on Purchase Decisions, 4) Promotion has a significant effect on Purchase Decisions, 5) Purchase Interest has a significant effect on Purchase Decisions.

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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Produk Baygon Di Jakarta Timur”. Tujuan penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penyusunan penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM. Selaku Dosen Pembimbing I peneliti yang telah menyediakan waktu, pikiran serta selalu memberikan pengarahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Muhammad Asif Khan, LLB., MA. Selaku Dosen Pembimbing II peneliti yang telah menyediakan waktu, pikiran serta selalu memberikan pengarahan hingga selesainya skripsi ini.

6. Bapak Dr. Andrian S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu selama perkuliahan.
7. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberi ilmunya kepada peneliti dari awal memasuki perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada (Alm) Bapak dan Mamah saya yang selalu memberikan dukungan baik dalam doa maupun materi. Serta selalu menguatkan penulis untuk tetap tegar menjalani hidup ini :)
9. Untuk kedua adik kandung saya yang telah menemani selama penulisan skripsi ini serta memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Untuk teman teman peneliti yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak.

Jakarta, 31 Juli 2024

Haris Choeruddin

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Batasan Masalah	10
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 TELAAH TEORITIS	12
2.1.1 Pengertian keputusan pembelian	12
2.1.1.1 faktor pendukung keputusan pembelian.....	13
2.1.1.2 Dimensi keputusan pembelian.....	13
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.1.2 Pengertian Minat beli.....	14
2.1.2.1 Dimensi Minat Beli.....	15
2.1.2.2 Indikator minat beli.....	16
2.1.3 Pengertian Harga	17

2.1.3.1.1 Indikator Harga.....	17
2.1.4 Pengertian Promosi.....	19
2.1.4.1 indikator promosi.....	20
2.1.4.2 Tujuan promosi.....	21
2.1.4.3 manfaat promosi.....	22
2.2 Telaah Empires.....	22
2.3 Pengaruh antar variabel.....	26
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.2 Pengaruh Harga Memediasi minat beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.4 Pengaruh Promosi Memediasi minat beli Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.5 Minat Beli Berpengaruh Terhadap Keputusan Kembelian	28
2.4 Kerangka konseptual.....	28
2.5 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III.....	30
METODELOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Objek dan Waktu Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.4.1 Teknik Penentuan Sampel.....	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	31
3.6 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	32
3.7 Model Konseptual Penelitian	36
3.8 Metode Analisis Data	37
3.8.1 Outer Model	37
3.8.2 Inner Model.....	38
3.8.3 Uji Hipotesis	39
BAB IV.....	41

HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.1 profil perusahaan	41
4.1.2 lokasi perusahaan.....	42
4.1.3 Logo perusahaan	42
4.2 Deskripsi Data	42
4.2.1 Karakteristik Responden.....	42
4.2.1.1 Jenis Kelamin.....	42
4.2.1.2 Usia	43
4.2.1.3 Pekerjaan.....	44
4.3 Hasil Analisis Data	44
4.3.1 Skema Model Lesast Square.....	44
4.3.2 Hasil analisis Model Pengukuran (outer model)	45
4.3.3 Hasil analisis Model Pengukuran (inner model)	47
4.3.4 Hasil uji hipotesis dan interpretasi hasil	48
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.4.1 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	51
4.4.2 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli	51
4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.4.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	53
4.4.5 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	53
BAB V	55
PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	56
5.3 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Hasil Pra Survey.....	6
Tabel 2. 1 Telaah Empiris	23
Tabel 3. 1 Indikator Variabel Penelitian	32
Tabel 4. 1 Hasil Outer Model.....	46
Tabel 4. 2 Hasil Uji R-Square	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Hipotesis.....	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Data Penjualan 2023	5
Gambar 1. 2 Hasil Pra Riset.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 3. 1 Skala Likert	36
Gambar 3. 2 Model Konsptual Penelitian	36
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	42
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis kelamin	43
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4. 4 Responden berdasarkan pekerjaan	44
Gambar 4. 5 Skema Model SmartPLS	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiat	65
Lampiran 2 Uji Referensi	67
Lampiran 3 Lembar Kuesioner	78
Lampiran 4 Tabulasi Data	81
Lampiran 5 Hasil Uji SmartPLS 3.0	105
Lampiran 6 Buku Bimbingan	108

