

**PENGARUH *SALES PROMOTION* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FORE COFFEE
JATIMULYA BEKASI**

SKRIPSI

oleh :

Lita Oktarina

202010325320



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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Sales Promotion* dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fore
Coffee Jatimulya Bekasi

Nama Mahasiswa : Lita Oktarina

Nomor Pokok : 202010325320

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Murti Wijayanti, SE., MM

NIDN. 0320127504



Dody Kurniawan, S.E.M.M

NIDN. 0319087903

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Sales Promotion* dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Di Fore
Coffee Jatimulya Bekasi

Nama Mahasiswa : Lita Oktarina

Nomor Pokok : 202010325320

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Milda Handayani, SE., MM
NIDN. 0330087504

Sekretaris Tim Penguji : Dody Kurniawan, S.E, M.M
NIDN. 0319087903

Penguji : Murti Wijayanti, SE., MM
NIDN. 0320127504

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lita Oktarina
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325320
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 02 Oktober 2002
Alamat : Jl Pasir Putih III No 170 Rt 004/009 Perumahan
Perumahan Bumi Bekasi Baru, Rawalumbu Utara

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh *Sales Promotion* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Fore Coffee Jatimulya Bekasi. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai refrensi yang sumbernya telah dituliskan jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk 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 mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 25 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Lita Oktarina

202010325320

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Sales Promotion*, dan *Harga* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Fore Coffee Jatimulya Bekasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 27. Terdapat 110 responden dalam populasi penelitian ini. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya menjadi subjek dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Secara Parsial *Sales Promotion* Berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, dengan $t_{hitung} sebesar 2,609 > t_{tabel} 1.982$ tingkat signifikan sebesar $0.010 < 0,05$. Secara Parsial *Harga* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} sebesar 5,676 > t_{tabel} 1.982$ tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0,05$. *Sales Promotion* dan harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian dilihat dari $t_{hitung} 36,598 > f_{tabel} 3,08$ dimana $0.000 < 0.05$ merupakan nilai signifikan.

Kata Kunci : *Sales Promotion*, Harga, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out whether Sales Promotion and Price influence Purchasing Decisions at Fore Coffee Jatimulya Bekasi. This type of research is quantitative and the data analysis used is the classic assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis using SPSS version 27 application. There were 110 respondents in this research population. Bhayangkara University, Jakarta Raya is the subject of this research. The results of the research show that partially Sales Promotion has a significant and positive influence on purchasing decisions, with tcount of $2.609 > t \text{ table } 1.982$, significant level of $0.010 < 0.05$. Partially, price has a significant and positive effect on purchasing decisions with tcount of $5.676 > t \text{ table } 1.982$, significant level of $0.000 < 0.05$. Sales promotion and price simultaneously influence purchasing decisions as seen from fcount $36,598 > f \text{ table } 3.08$ where $0.000 < 0.05$ is a significant value.

Keywords: Sales Promotion, Price, and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh Sales promotion dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Fore Coffee Jatimulya Bekasi”**. Proposal skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam kelulusan, dan memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi, dan penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) ,Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T. M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Bapak Bintang Narpati, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

4. Murti Wijayanti, SE., M.M, selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Doddy Kurniawan, SE., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan serta ilmu dalam menyelesaikan proposal skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Teristimewa kepada orang tua saya tercinta Bapak Ardhi Syarif dan Ibu Yeni Marni yang tak pernah berhenti untuk memberikan do'a, memberikan kasih sayang, dukungan, saran, dan motivasi kepada saya selama penyusunan skripsi.
7. Kedua adik ku Syaifani dan Ikhwan, terimakasih sudah terlahir di dunia ini menjadi adik ku. Terima kasih atas segala hiburan dan dukungan sepanjang hidupku.
8. Kepada Aulia Dwi, Asri ayu, Aulia Asmarani, Almira Ratih, Surya, Juan, yang selalu menemani saya dari awal masuk perkuliahan sampai akhir perkuliahan ini. Terimakasih telah menjadi teman dikala senang dan sedih. Terimakasih atas seluruh doa dan dukungannya. Semoga kita selalu berhubungan berteman yang baik sampai menjadi orang yang sukses di masa depan.
9. Kepada Ajijah jumani, Yulia, Fathia, Luna, Sandra Cae, Indah Deya terimakasih atas seluruh kebaikan dukungan dan bantuan kalian dalam proses penulisan proposal skripsi ini. Terimakasih sudah membantu saya dalam kebingungan. Semoga kalian sehat selalu
10. Kepada Chintya, Yasni, Nazwa, Siti, Adinda sahabat SMK yang bertahan sampai saat ini. Terimakasih atas seluruh dukungan dan doanya yang kalian

berikan selama proses penulisan proposal skripsi ini. Semoga kita semua selalu diberikan kesehatan, kelancaran rezeki, dan kebahagiaan sepanjang hidup kita.

11. Terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan, berusaha belajar menjadi lebih baik dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun prosesnya, ini merupakan pencapaian yang patut saya banggakan untuk diri sendiri.

Penelitian ini menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 25 Juli 2024



Lita Oktarina

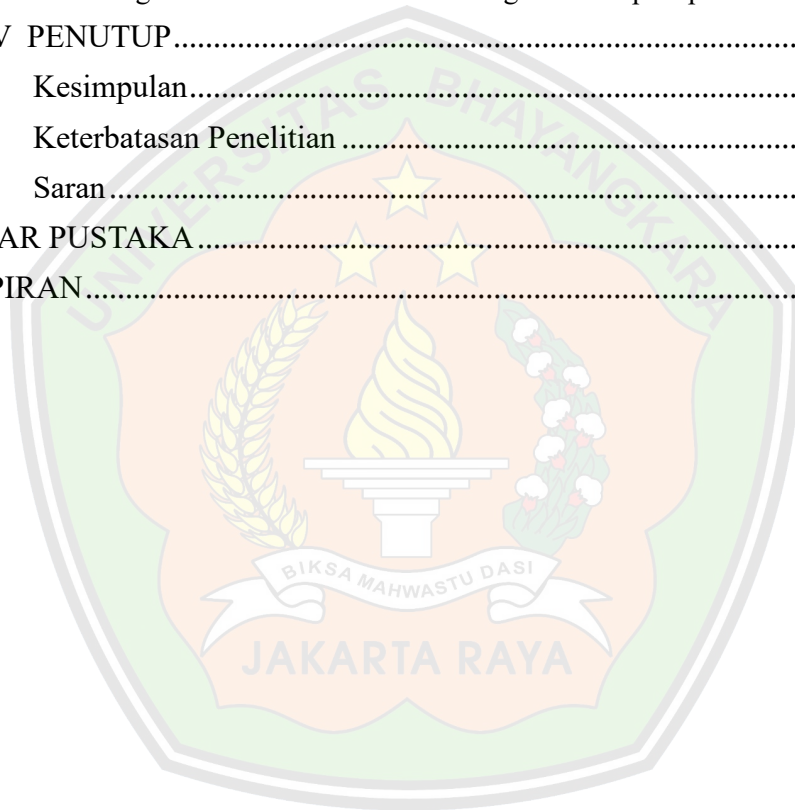


DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	ivv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ixx
DAFTAR TABEL.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xivv
Bab I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Pemasaran.....	15
2.2 Keputusan pembelian	16
2.2.1 Keputusan pembelian.....	16
2.2.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	16
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.3 <i>Sales Promotion</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Sales Promotion</i>	18
2.3.2 Faktor- Faktor yang mempengaruhi <i>Sales Promotion</i>	19
2.3.3 Indikator <i>Sales Promotion</i>	20
2.4 Harga	20
2.4.1 Pengertian Harga.....	20
2.4.2 Faktor- Faktor yang mempengaruhi Harga	21
2.4.3 Indikator Harga	22
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	22
2.6 Kerangka Berpikir	25

2.7	Hipotesis penelitian	25
2.7.1	Pengaruh <i>Sales promotion</i> terhadap Keputusan pembelian	25
2.7.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	26
2.7.3	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> dan Harga terhadap Keputusan pembelian. ...	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	<i>Desain</i> Pelitian	28
3.1.1	Jenis Penelitian.....	28
3.1.2	Variabel Penelitian	29
3.1.3	Jenis Data Penelitian	29
3.2	Tempat Penelitian	29
3.3	Populasi dan Sampel	30
3.3.1	Populasi.....	30
3.3.2	Sampel.....	30
3.4	Teknik pengumpulan data.....	31
3.5	Operasional Varibel	32
3.6	Skala Instrumen.....	34
3.7	Analisis Data	34
3.7.1	Uji Validitas.....	34
3.7.2	Uji Reliabilitas	34
3.8	Uji Asumsi Klasik	35
3.8.1	Uji Normalitas.....	35
3.8.2	Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.8.3	Uji Multikolinieritas.....	36
3.8.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.9	Uji Hipotesis.....	37
3.9.1	Uji t Parsial	37
3.9.2	Uji Simultan (Uji-F).....	38
3.9.3	Uji Analisis Koefisien Determinasi (r^2)	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	39
4.1.1	Sejarah Fore	39
4.1.2	Logo Fore Coffee	40
4.1.3	Visi dan Misi Fore Coffee	41
4.1.4	Struktur Organisasi	41
4.2	Gambaran Umum Identitas Responden.....	42

4.2.1	Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	44
4.3	Hasil Penelitian.....	46
4.3.1	Uji Kualitas Data.....	46
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.3	Uji Hipotesis	54
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
4.4.1	Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.4.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	58
4.4.3	Pengaruh Sales Promotion dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ...	59
BAB V PENUTUP		61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Keterbatasan Penelitian	62
5.3	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....		64
LAMPIRAN.....		68



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga	8
Tabel 1. 2 Top Brand Index 2022-2023.....	10
Tabel 1. 3 Pra-survey pada Fore Coffee di Jatimulya	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Skala Likert	32
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (Tahun)	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden variabel Sales Promotion	44
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kinerja Karyawan.....	45
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Sales Promotion (X1).....	47
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Harga (X2)	47
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji T	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	55
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R ²)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produksi kopi Indonesia (2017-2022)	2
Gambar 1. 2 Bentuk Sales Promotion Fore Coffe.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 3. 1 Kerangka konseptual	31
Gambar 4. 1 Logo Fore Coffee	40
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Fore Coffee.....	41
Gambar 4. 3 Hasil Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov	50
Gambar 4. 4 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	50
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedasitas	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	69
Lampiran 2 Uji Refrensi.....	71
Lampiran 3 Kuesioner.....	79
Lampiran 4 Dokumentasi isi kuisisioner	84
Lampiran 5 Data Tabulasi	85
Lampiran 6 Hasil SPSS.....	94
Lampiran 7 R Tabel.....	103
Lampiran 8 T Tabel	104
Lampiran 9 F Tabel	105
Lampiran 10 Buku Bimbingan.....	106
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup.....	109

