

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GAS OKSIGEN DI PT. ANEKA GAS INDUSTRI FILLING STATION
PULOGADUNG - JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen Dalam Program Pendidikan Tingkat Strata Satu**



Nama : Amar Ma'ruf Komara
NPM : 201010325040
Fak/Jur : Ekonomi/Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2014

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : AMAR MA'RUF KOMARA

NPM : 201010325040

FAKULTAS : EKONOMI


JURUSAN : MANAJEMEN

KOSENTRASI MATA KULIAH : PEMASARAN


JUDUL SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GAS OKSIGEN DI PT. ANEKA GAS INDUSTRI FILLING STATION
PULOGADUNG - JAKARTA

PEMBIMBING I


(Dr. Edison Panjaitan)

PEMBIMBING II


(Budi Indrawati, SE, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya


(Dr. EDISON PANJAITAN)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : AMAR MA'RUF KOMARA
NPM : 201010325040
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
KONSENTRASI MATA KULIAH : PEMASARAN

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GAS OKSIGEN DI PT. ANEKA GAS INDUSTRI FILLING STATION
PULOGADUNG - JAKARTA

Ketua : Budi Indrawati, SE, MM ()
Penguji I : Dr. Sujiyo Miranto M,Pd ()
Penguji II : Didik Prihanto, SE, MM ()
Sekretaris : Dwi Lestari, SE, MM ()

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amar Ma'ruf Komara

NPM / NIP : 201010325040

Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen

Menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam skripsi dengan judul :

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS OKSIGEN DI PT. ANEKA GAS INDUSTRI FILLING STATION PULOGADUNG - JAKARTA

Dengan ini menyatakan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi

Pada tanggal : 22 Juli 2014

Yang Menyatakan



(Amar Ma'ruf Komara)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa selalu terpanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini walaupun dengan penuh keterbatasan. Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang penulis lakukan di salah satu Perusahaan Gas Industri terbesar di Jakarta yang merupakan bagian dari Group Samator Gas dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan yang harus ditempuh oleh mahasiswa dalam penyusunan skripsi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi. Dalam skripsi ini, penulis mengambil judul “Pengaruh Bauran Promosi (*Promotional Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Gas Oksigen Di PT. Aneka Gas Industri – FS.Pulogadung”.

Penulis menyadari dan telah berusaha sepenuhnya untuk menyajikan skripsi ini dengan sebaik mungkin, namun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna yang disebabkan oleh terbatasnya waktu, serta pengetahuan penulis. Oleh karena itu, masukan dan saran sangat diharapkan guna perbaikan dan penyempurnaan penyelidikan ilmiah yang lebih lanjut. Dalam penulisan skripsi ini, tentunya banyak sekali pihak yang dilibatkan dalam penyelesaiannya. Untuk itu tidak lupa penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung, menyediakan fasilitas, dan tak henti – hentinya memberikan bantuan, yaitu kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. Bambang Karsono, SH, MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Edison Panjaitan, selaku Dekan Manajemen Fakultas Ekonomi sekaligus sebagai dosen pembimbing I yang selalu sabar untuk menuntun penulis dan banyak sekali meningkatkan mutu dan kemajuan fakultas Ekonomi, serta banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada seluruh mahasiswa ekonomi yang juga pernah menjadi dosen mata kuliah konsentrasi bagi penulis.

3. Ibu Budi Indrawati, SE, MM, selaku Kepala Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi, dan sekaligus sebagai dosen pembimbing II yang senantiasa mendukung dan memberikan arahan kepada para penulis mulai dari awal penyusunan proposal skripsi hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, khususnya dosen pengajar Fakultas Ekonomi yang telah memberikan banyak pengetahuan bagi penulis.
5. Ibuku tersayang Khomsatun, Ayahku terhebat Lukiman Jomantara, yang selalu memberikan do'a dan dukungan yang luar biasa besarnya, serta selalu memberikan motivasi tanpa henti dengan penuh rasa tulus.
6. Adik – adikku tersayang, Abdul Harits Murseha dan Nurul Ismi Khoiriyah, yang selalu membuat penulis tersenyum dalam semangat dan selalu memotivasi untuk tetap berjuang dengan penuh tanggung jawab tanpa lelah dan gundah.
7. Kekasih tercinta, Erika Purnamasari yang tak pernah lelah menemani dan membantu memberikan semangat tanpa henti kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Pimpinan Perusahaan PT. Aneka Gas Industri, dan seluruh rekan-rekan serta staff dan team produksi, khususnya team Filling Station AGI
9. Pimpinan Perusahaan PT. Surya Indotim Imex, dan seluruh rekan-rekan yang sudah membantu menyediakan waktu dan berbagi ilmu.
10. Semua Pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan dan limpahan rahmatnya atas jasa baik yang telah mereka berikan kepada penulis, baik dari segi materil, moril, dan spiritual sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik. Akhir kata, penulis berharap sekiranya skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang berkepentingan dan dapat menjadi media yang bisa digunakan untuk bacaan dalam konteks ilmu pengetahuan dalam menentukan kebijakan dimasa mendatang bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Amin.

Jakarta, Juli 2014

Penulis



ABSTRAK

Tujuan Penelitian Skripsi ini adalah untuk mengetahui secara langsung apakah mungkin Bauran Promosi mempengaruhi Keputusan Pembelian Gas Oksigen di PT. Aneka Gas Industri Filling Station Pulogadung - Jakarta.

Sampel menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik *sampling* yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel. Penelitian ini sampelnya adalah 100 responden. Metode pengumpulan data dan informasi yang digunakan adalah kuesioner. Data di analisis dengan Excel 2007 dan Amos versi 22 dan dilanjutkan dengan metode SEM (Structural Equation Model).

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji menunjukkan positif dan signifikan. Ditunjukkan dengan nilai p-value sebesar 0,062 dan nilai critical ratio (C.R) adalah 1,864. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan tidak terdapat pengaruh penjualan pribadi keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan negatif dan tidak signifikan. Ditunjukkan dengan nilai nilai p-value sebesar 0,575 dan nilai critical ratio (C.R) adalah -0,561. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan positif dan signifikan. Ditunjukkan dengan nilai p-value sebesar 0,170 dan nilai critical ratio (C.R) adalah sebesar 1,374. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh hubungan masyarakat terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan positif dan signifikan. Ditunjukkan dengan nilai p-value sebesar 0,360 dan nilai critical ratio (C.R) adalah sebesar 0,915. Hasil analisis menunjukkan bahwa periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan penjualan pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat dan keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this thesis research was to determine directly whether the decision might affect the Promotion Mix Purchase Gas Oxygen PT. Aneka Gas Industri Pulogadung Filling Station - Jakarta.

Samples using a sampling technique purposive the sampling techniques used by researchers when researchers have certain considerations in the determination of sample collection or sample. This study sample was 100 respondents. Methods of data collection and the information used was a questionnaire. Data were analyzed with Excel 2007 and Amos version 22 and continued with the method of SEM (Structural Equation Model).

The results of hypothesis testing has shown there is the influence of advertising on purchase decisions. The test results showed a positive and significant. Indicated by the p-value of 0.062 and the value of the critical ratio (CR) is 1.864. The results of hypothesis testing has shown there is no personal selling influence purchasing decisions. These results show a negative and insignificant. Indicated by the value p-value of 0.575 and the value of the critical ratio (CR) is -0.561. The results of hypothesis testing has shown there are significant sales promotions on purchase decisions. These results indicate a positive and significant. Indicated by the p-value of 0.170 and the value of the critical ratio (CR) is approximately 1,374. The results of hypothesis testing has shown there is the influence of public relations on purchasing decisions. These results indicate a positive and significant. Indicated by the p-value of 0.360 and the value of the critical ratio (CR) is equal to 0.915. The analysis showed that advertising, sales promotion, and public relations and a significant positive effect. While private sales do not affect the buying decision.

Keywords: Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Public Relations and purchase decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.6. Tujuan Penelitian	7
1.7. Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	9
a. Pengertian Pemasaran	9
b. Bauran Promosi	11
c. Periklanan	16
d. Penjualan Perseorangan	20
e. Promosi Penjualan	23

f. Hubungan Masyarakat	26
g. Keputusan Pembelian	28
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Teoritikal	32
2.4. Hipotesis	33
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
a. Profil Perusahaan	34
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	41
a. Tempat Penelitian	41
b. Waktu Penelitian	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	41
3.4. Populasi dan Sampel	42
a. Populasi	42
b. Sampel	43
1. Teknik Sampling	45
3.5. Definisi Operasional Variabel	45
3.6. Teknik Pengumpulan Data	46
3.7. Metode Analisis Data	48
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	58
a. Asumsi-Asumsi SEM	58
1. Ukuran Sampel	58
2. Asumsi Normalitas Data	58
3. Analisis Kesesuaian Model	60

4. Pendekatan dua langkah dalam pemodelan SEM	63
4.2. Pengujian Hipotesis	66
4.3. Pembahasan terhadap uji hipotesis dan pengaruh	66
4.4. Pembahasan	70
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Keterbatasan	76
5.3. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT PENULIS	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Tabel Operasional Variabel	46
Tabel 3.2. Tabel Skor Instrumen Pertanyaan	48
Tabel 3.3. Kriteria Goodnes Of Fit	55
Tabel 4.1. Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.2. Perbandingan Hasil dengan Goodnes Of Fit Indeks	62
Tabel 4.3. Hasil Uji Confitmatory Model	63
Tabel 4.4. Regression Weight	66
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Teori	32
Gambar 3.1. Struktur Organisasi PT. Aneka Gas Industri	40
Gambar 3.2. Diagram Alur	52
Gambar 4.1. Hasil Pengolahan Model	61
Gambar 4.2. Unstandarized Estimates SEM	65

