

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM DI
ALFAMART BEKASI TIMUR REGENCY 7**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

FAROS TRI MULIYANA
NIM: 241.18.06.783



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM DI
ALFAMART BEKASI TIMUR REGENCY 7**

Oleh:

Nama : FAROS TRI MULIYANA
NIM : 241.18.06.783
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 10 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Mei Iswandi, SE., MM

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM DI
ALFAMART BEKASI TIMUR REGENCY 7**

Oleh:

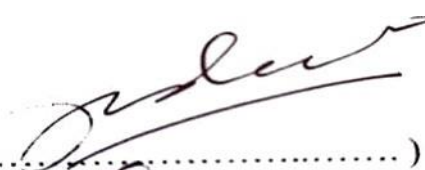
Nama : FAROS TRI MULIYANA
NIM : 241.18.06.783
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 10 Agustus 2022
Waktu : 09.00 – 10.30 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Judianto Tjahjo Nugroho, ST, MM (..........)
Anggota : Rubiah Fitriyani, SKM, MM (..........)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : FAROS TRI MULIYANA

NIM : 241.18.06.783

Jurusan : Manajemen

Nomor KTP : 330316470498002

Alamat : Desa Bedagas Rt 11/ Rw 06, Kecamatan Pengadegan
Kabupaten Purbalingga, Jawa tengah.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7 ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai peneliti.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.



ABSTRAK

FAROS TRI MULIYANA. NIM 241.18.06.783. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7.

Perkembangan bisnis dengan ilmu pengetahuan dewasa ini sangat berkaitan erat begitupun dengan perkembangan teknologi tahun demi tahun terus menunjukkan kemajuan yang pesat, Munculnya berbagai macam produk minuman kemasaan, saat ini membuat persaingan didalam satu macam produk ini semakin ketat, dimana perusahaan satu dan yang lain nya saling menunjukkan kelebihanannya masing-masing kepada pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Bekasi Timur Regency 7. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis liniear berganda. Metode pemilihan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling* dengan menggunakan teori Slovin. Adapun sampel tersebut sebesar 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil uji regresi menunjukan bahwa sebesar 45,1% faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh promosi, harga dan kualitas produk sedangkan sisanya sebesar 54,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukan variabel promosi menunjukan hasil analisis t_{hitung} (0,382) ini menunjukan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan karena t_{hitung} dari penelitian ini yaitu 1,660 dan variabel harga menunjukan hasil t_{hitung} (1,370) variabel harga juga menunjukan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel kualitas produk dengan nilai analisis t_{hitung} (5,758) ini menunjukan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7. Sedangkan hasil uji F menunjukan bahwa secara simultan variabel promosi, harga dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7 dengan hasil analisis yaitu nilai F_{hitung} (28,11) > F_{tabel} (2,70). Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7 adalah kualitas produk.

Kata kunci : promosi, harga, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

FAROS TRI MULIYANA. NIM 241.18.06.783. The influence of Promotion, Price and Product Quality Toward Purchase Decision Pucuk Harum Tea at Alfamart East Bekasi Regency 7.

Business development with science today is closely related as well as technological developments year after year continue to show rapid progress, the emergence of various kinds of beverage products, currently making competition in one type of product is getting tighter, where one company and the other show each other their respective advantages to customers.

The purpose of this study is to find out and analyze the Influence of Promotion, Price and Product Quality on Purchasing Decisions at Alfamart Bekasi Timur Regency 7. The type of research used is explanatory research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear analysis. The sample selection method is carried out by accidental sampling using Slovin theory. The sample was 100 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test showed that 45.1% of factors that influence purchasing decisions can be explained by promotion, price and product quality while the remaining 54.9% is explained by other factors that were not studied in this study. The results of the t test showed that the promotion variable showed that the results of the calculation analysis (0.382) showed that the promotion variable had no significant effect because the ttable of this study was 1,660 and the price variable showed the calculation result (1,370). The price variable also shows that it has no significant effect on purchasing decisions while the product quality variable with a calculated analyst value (5,758) shows that the product quality variable has a significant effect on the purchasing decision of Pucuk Harum Tea at Alfamart Bekasi Timur Regency 7. Meanwhile, the results of the F test showed that simultaneously the variables of promotion, price and product quality simultaneously had a positive and significant effect on the decision to purchase Pucuk Harum Tea at Alfamart Bekasi Timur Regency 7 with the results of the analysis, namely the Fhitung value (28.11) > Ftabel (2.70). The dominant variable influencing the purchase decision of Pucuk Harum Tea at Alfamart Bekasi Timur Regency 7 is product quality.

Keywords : promotion, price, product quality, purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga peneliti tuturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7 ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena peneliti melihat fenomena masyarakat yang semakin gemar untuk melakukan pembelian minuman teh kemasan. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui apa yang membuat masyarakat menggemari minuman teh kemasan ini.

Dalam penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kakak Perempuan penulis, Mba Ties sekeluarga dan Mba Iyus sekeluarga serta bapak dan ibu mertua saya yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
2. Suami Ahmad Abdul Latip yang telah memberikan dukungan moril dan materiil kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
3. Bapak Mei Iswandi, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal hingga peneliti selesai menyusun skripsi.
4. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.

5. Ibu Prof. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
6. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
8. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
9. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
10. Bpk. Agus Rahmadi selaku Kepala Toko Alfamart Bekasi Timur Regency 7 yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu peneliti selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti peneliti mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi peneliti mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 10 Agustus 2022

Peneliti,

FAROS TRI MULIYANA

NIM: 241.18.06.783

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3. Promosi	9
2.1.4. Harga	11
2.1.5. Kualitas Produk	14
2.1.6. Keputusan Pembelian	16
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Konseptual	22
2.4. Hipotesis	23

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2. Jenis Penelitian	24
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.3.1. Populasi	25
3.3.2. Sampel	25
3.4. Teknik Pengumpulan Data	27
3.5. Devinisi Operasional Variabel	27
3.5.1. Variabel Bebas	27
3.5.2. Variabel Terikat	30
3.6. Teknik Analisis Data	33
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	33
3.6.2. Persamaan Regresi	35
3.6.3. Uji Kualitas Data	36
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	39
3.6.5. Uji Hipotesis	40

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	44
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.2. Karakteristik Responden	48
4.1.3. Tanggapan Responden	50
1. Promosi (X_1)	51
2. Harga (X_2)	53
3. Kualitas Produk (X_3)	54
4. Keputusan Pembelian (Y)	57
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas	63
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	63
1. Uji Normalitas	63
2. Uji Multikolinieritas	66

3. Uji Heteroskedastisitas	67
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	68
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	69
2. Hasil Uji F (Simultan)	70
3. Koefisien Determinasi	71
4. Hasil Uji t (Parsial)	72
5. Pengaruh Dominan	73
4.2. Pembahasan	73
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	75
5.2. Saran	76
 DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data KK Perumahan BTR 7	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	24
Tabel 3.2. Definisi Operasional	32
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	34
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	49
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi	51
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	53
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	61
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	61
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	62
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	67
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.13. Hasil Uji F (Uji Simultan)	70
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial).....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Top Brand Minuman Teh Kemasan 2022.....	3
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	22
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Histogram	65
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas P-plot.....	66
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan	79
Lampiran 2. Kuesioner.....	80
Lampiran 3. Tabulasi Data	84
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	86
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	96
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	97
Lampiran 7. Tabel r, F dan t	98