

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CV. BANGKIT JAYA SOLUSINDO**

SKRIPSI

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

Oleh:

FINA MARWAH PERMATA
NIM: 2412008526



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CV. BANGKIT JAYA SOLUSINDO**

Oleh:

Nama : Fina Marwah Permata
NIM : 2412008526
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal, 09 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Mei Iswandi, SE, MM

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, MS



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CV. BANGKIT JAYA SOLUSINDO**

Oleh:

Nama : Fina Marwah Permata
NIM : 2412008526
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 09 Agustus 2024
Waktu : 09.20 s.d 10.40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr. Rizal Bakti, SE, MM (.....)

Anggota : Gena Prasetya Noor, SH. MM (.....)

Mengesahkan,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fina Marwah Permata

NIM : 2412008526

Jurusan : Manajemen

Nomor KTP : 3304124508010001

Alamat : Jl. H. Mustova V RT 06 RW 04 No. 14M

.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo, ini merupakan hasil karya tulis saya dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih informatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

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 di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 09 Agustus 2024

Fina Marwah Permata

ABSTRAK

Fina Marwah Permata. NIM 2412008526. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo.

Dunia usaha semakin berkembang, dimana perkembangan yang pesat juga senantiasa berubah bentuk. Evolusi bisnis juga menyebabkan perubahan dalam cara pesaing beroperasi. Persaingan ketat dalam dunia usaha salah satunya jasa pengiriman paket internasional. Untuk mencapai posisi yang lebih baik, setiap perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Accidental Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis linier regresi berganda.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga dan promosi sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga dan promosi secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan variabel promosi menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo. Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah promosi.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Fina Marwah Permata. NIM 2412008526. *The Influence Of Price And Promotion On CV. Purchase Decisions. Bangkit Jaya Solusindo.*

The business world is growing, where rapid development is also constantly changing shape. The evolution of the business has also led to a change in the way competitors operate. Fierce competition in the business world, one of which is international package delivery services. To achieve a better position, every company must pay attention to customer satisfaction by providing the best service.

The purpose of this study is to find out and analyze the influence of price and promotion on CV purchase decisions. Bangkit Jaya Solusindo. The type of research used is explanatory research with a research method in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was carried out by Accidental Sampling. The sample amounted to 100 respondents, using multiple regression linear analysis.

The results of the determination coefficient test show that the purchase decision factors can be explained by price and promotion while the rest are explained by other factors that were not studied in this study. Meanwhile, the results of the F test show that simultaneously the price and promotion variables simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction with the results of the analysis, namely the value of $F_{cal} > F_{table}$. The results of the t -test showed that the price variable showed the results of the t_{count} analysis $> t_{table}$ and the promotion variable showed the results of the $t_{count} > t_{table}$ analysis, so partially these two variables had a positive and significant effect on the CV purchase decision. Bangkit Jaya Solusindo. The dominant variable affecting customer satisfaction is promotion.

Keywords: Price, Promotion, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

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

Penelitian dengan judul pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo. Ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis ingin mengetahui apakah faktor pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian CV. Bangkit Jaya Solusindo. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui harga dan promosi apa yang diinginkan perusahaan di masa yang akan datang.

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

1. Bapak Mildy Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, SE, M.S, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM, M. Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Mei Iswandi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Proposal Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menyelesaikan proposal Skripsi.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda Makhali dan Ibu Ropingah yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Suami tercinta Ahmad Maruf dan Anak Muhammad Willy Pratama yang telah memberikan semangat dan menemani setiap saat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan proposal skripsi ini dengan baik.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan proposal skripsi ini.

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

Depok, 09 Agustus 2024
Penulis,

Fina Marwah Permata
2412008526

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Pembatasan Masalah	3
1.4. Perumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	4

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Definisi Pemasaran	6
2.1.2. Manajemen Pemasaran	6
2.1.3. Harga.....	7
2.1.4. Promosi	9
2.1.5 Keputusan Pembelian	11
2.2. Penelitian Terdahulu	13
2.3. Kerangka Konseptual	17
2.4. Hipotesis	18

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.2. Jenis Penelitian	19
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.3.1. Populasi	19
3.3.2. Sampel	20
3.4. Teknik Pengumpulan Data	21
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	21
3.5.1. Variabel Bebas	21
3.5.2. Variabel Terikat	22

3.6. Teknik Analisis Data	23
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	24
3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda	25
3.6.3. Uji Kualitas Data	25
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	27
3.6.5. Uji Hipotesis	28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	31
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	31
4.1.2. Visi dan Misi	31
4.1.3. Struktur Organisasi CV. Bangkit Jaya Solusindo	31
4.1.4. Jobdesk CV Bangkit Jaya Solusindo	32
4.1.5. Karakteristik Responden	33
4.1.6. Tanggapan Responden	34
1. Harga (X_1)	35
2. Promosi (X_2)	34
3. Keputusan Pembelian (Y)	38
4.1.6. Hasil Uji Kualitas Data	39
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas	42
4.1.7. Hasil Uji Asumsi Klasik	43
1. Uji Normalitas	42
2. Uji Multikolinieritas	44
3. Uji Heteroskedastisitas	46
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis	46
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	46
2. Hasil Uji F (Simultan)	47
3. Koefisien Determinasi	48
4. Hasil Uji t (Parsial)	48
5. Pengaruh Dominan	49
4.2. Pembahasan	49
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Konsumen CV Bangkit Jaya Solusindo Tahun 2021-2023.....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	16
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	20
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	22
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	34
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	35
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	36
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	39
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	41
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.9. Hasil Uji One Kolmogorv Smirnov Test	43
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	45
Tabel 4.11. Hasil Uji Regresi Berganda	47
Tabel 4.12. Hasil Uji F	47
Tabel 4.13. Koefisien Determinasi	48
Tabel 4.14. Hasil Uji t (Uji Parsial)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	17
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	31
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	43
Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot	44
Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat keterangan Penelitian	55
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 3. Tabulasi Data	57
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	60
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	64
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....	65
Lampiran 7. Ttabel dan Ftabel	66
Lampiran 8. Hasil Cek <i>Plagiarisme</i>	68