

“PENGARUH VARIABEL HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH SIAP MINUM DALAM KEMASAN MERK “TEH BOTOL SOSRO” (Studi pada Tempat Makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo)”.



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : ERDIN WINDIANANTO

NIM : 11412758

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : "PENGARUH VARIABEL HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH SIAP MINUM DALAM KEMASAN MERK "TEH BOTOL SOSRO" (Studi Pada Tempat Makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo)".

Nama : ERDIN WINDIANANTO

NIM : 11412758

Program Studi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, September 2014

Pembimbing I


(Drs. H. Setvo Adji, MM)
NIK. 1952051019860111

Pembimbing II


(Dra. Umi Farida, MM)
NIK. 19610110 199112 13

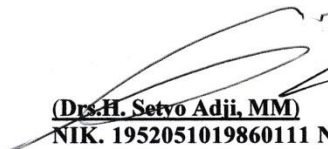


Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Tri Rapini, SE, MM)
NIP. 19630505 1990032003

Dosen Penguji


(Drs. H. Setvo Adji, MM) 
(Edi Santoso, SE, MM) 
(Sukmono Hadi Huttoyo, SE, MM)
NIK. 1952051019860111 NIK. 1974031120010312 NIK. 1951083019990314

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable harga (X1), kualitas produk (X2) dan promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) produk “Teh Botol Sosro”, 2) Untuk mengetahui variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian “Teh Botol Sosro”. Metode pengambilan data yang digunakan adalah metode penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengambilan data penelitian lapangan (*field research*) menggunakan angket untuk mengukur variable harga (X1), kualitas produk (X2), promosi (X3) dan keputusan pembelian (Y). Hasil angket tersebut kemudian dianalisis dengan validasi instrumen dilakukan setelah dilaksanakan pengambilan data, validasi yang digunakan adalah uji validitas (korelasi product moment), dan reabilitas (*cronbach's alpha*). Teknik analisis data untuk menguji hipotesis penelitian adalah Regresi linear berganda, Korelasi Determinasi, Uji t dan Uji F.

Dari hasil analisa regresi linear diperoleh persamaan : $Y = 0.476 - 0.30 X_1 + 0.403X_2 + 0.575X_3 + E$. Korelasi Determinasi untuk mengetahui hubungan antara variabel independent dan variabel dependent, dengan perhitungan SPSS diperoleh hasil nilai $R = 0.639$ berarti nilai variabel independent (X_1, X_2, X_3) mempunyai hubungan positif atau erat dengan variabel (Y). Uji t digunakan untuk menunjukkan besarnya nilai masing-masing variabel independent (X_1, X_2, X_3) secara parsial atau sendiri-sendiri, apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel

dependent (Y) atau tidak. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diketahui nilai t hitung ($X_1 = -0.494$, $X_2 = 5.222$, $X_3 = 7.128$) > t tabel. Uji parsial t diketahui variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh positif terhadap pembelian Teh Botol Sosro. Sedangkan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independent yaitu harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi (X_3) secara serempak atau bersama-sama terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian. Hasil uji serempak F didapat nilai sebesar 44.578 dan F tabel sebesar 2.503 sehingga F hitung > F tabel yang berarti variabel harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro.

Dari hasil pengujian diatas diketahui bahwa: 1) variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merk Teh Botol Sosro pada konsumen tempat makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo, 2) Variabel Promosi merupakan variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merk Teh Botol Sosro pada konsumen tempat makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Variabel Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merk “Teh Botol Sosro” (Studi pada Tempat Makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo)”.

Adapun maksud dan tujuan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat kelengkapan di dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis juga menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini dapat tersusun dan terlaksana dengan baik tidak lepas dari berbagai pihak yang telah ikhlas meluangkan waktu dan memberikan sumbangan tenaga serta pikirannya yang sangat berarti saat penyusunan dan penulisan skripsi ini hingga selesai. Oleh karena itu perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak antara lain :

1. Bapak Drs. H. Sulton, Msi selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3. Bapak Hadi Sumarsono, SE.Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Drs. H. Setyo Adji, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dorongan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dorongan dan saran-saran demi terselenggaranya penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, serta Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo atas kesabaran dan kemudahan-kemudahan yang diberikan.
7. Bapak Susanto beserta karyawan yang telah meluangkan waktunya dan memberikan izin untuk mengadakan penelitian di tempat usahanya tempat makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo.
8. Bapak, Ibu dan kakak tercinta dengan sabar, telaten dan setia memberi dorongan, doa serta semangat selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, semoga Allah SWT selalu melimpahkan kasih sayang untuk kalian.

9. Sahabat-sahabatku yang menjadikanku lebih semangat dan optimis. Teman-teman Manajemen B Angkatan 2010 serta segala pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan waktu dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang berkepentingan.

Semoga Allah SWT selalu memberikan bimbingan kepada kita semua. Amin.

Ponorogo, Agustus 20014

Penulis

ERDIN WINDIANANTO

Nim. 11412758

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis dan atau di terbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis di acu di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Agustus 20014

ERDIN WINDIANANTO

Nim. 11412758



LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, atas segala nikmat yang telah diberikan, hanya kepada-Mu aku bersandar pertama dan yang paling utama serta meminta. Sholawat serta salam tercurahkan pada nabi besar Muhammad SAW berkat syafaat dan barokahnya yang telah membawa umat manusia kejalan yang terang untuk menjalankan kehidupan dengan kedamaian.

Kebesaran dan kasih sayangmu,

Coretan ini ku persembahkan untuk :

Bapak dan Ibu tercinta terima kasih atas cinta dan kasih sayang serta perhatian dalam mendidikku.

Kakak ku beserta istrinya dan keponakan ku tersayang yang selalu memberikan motivasi dalam hidup ini.

Seorang wanita yang tak pernah lelah selalu memberikan semangat dan doa kepada saya.

Sahabat-sahabatku tercintayang selalu memberikan dukungan dan arahan dalam bentuk apapun.

MOTTO

“APA YANG KITA TANAM HARI INI, ITULAH YANG AKAN
KITA TUAI ESOK HARI “

SEŠUNGGUHN YA SEŠUDAH KEŠULITAN ITU KEMUDAHAN
DENGAN ILMU, HIDUP AKAN JADI LEBIH BERMAKNA....

DENGAN SENI, HIDUP AKAN TERASA LEBIH BERWARNA...

DAN DENGAN AGAMA, HIDUP AKAN JADI LEBIH
TERARAH...

(ERDIN WINDIANANTO)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Tujuan Penelitian	7
1.4.2 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Pengertian Pemasaran	10
2.1.2. Perilaku Konsumen	21
2.1.3. Keputusan Pembelian	23
2.2. Penelitian terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	32
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.2.1. Populasi.....	32
3.2.2. Sampel.....	32
3.3. Metode Pengambilan Data.....	34
3.3.1. Kuisisioner.....	34
3.3.2. Jenis Data yang Diperlukan	35
3.4. Devinisi Operasional Variabel.....	36
3.4.1 Devinisi Operasional.....	36
3.4.1.1. Variabel Terikat	36
3.4.1.2. Variabel Bebas	37
3.5. Metode Analisis Data.....	39
3.5.1. Analisis Kuantitatif	39
3.5.1.1. Uji Validitas	39
3.5.1.2. Uji Reliabilitas	41
3.5.1.3. Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.5.1.4. Analisis Korelasi	43
3.5.1.5. Uji “T”	44
3.5.1.6. Uji “F”	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Gambaran Umum.....	48
4.1.1. Sejarah Perusahaan	48
4.1.2. Hasil Penelitian	50
4.1.3. Identifikasi Jawaban Responden.....	54
4.2. Pembahasan.....	63
4.2.1 Analisis Uji Validitas dan Uji Reabilitas	63
4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.2.3 Analisis Koefisien Korelasi	68

4.2.4 Pengujian Hipotesis	69
4.3 Pembahasan Keseluruhan	75
4.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	75
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	76
4.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



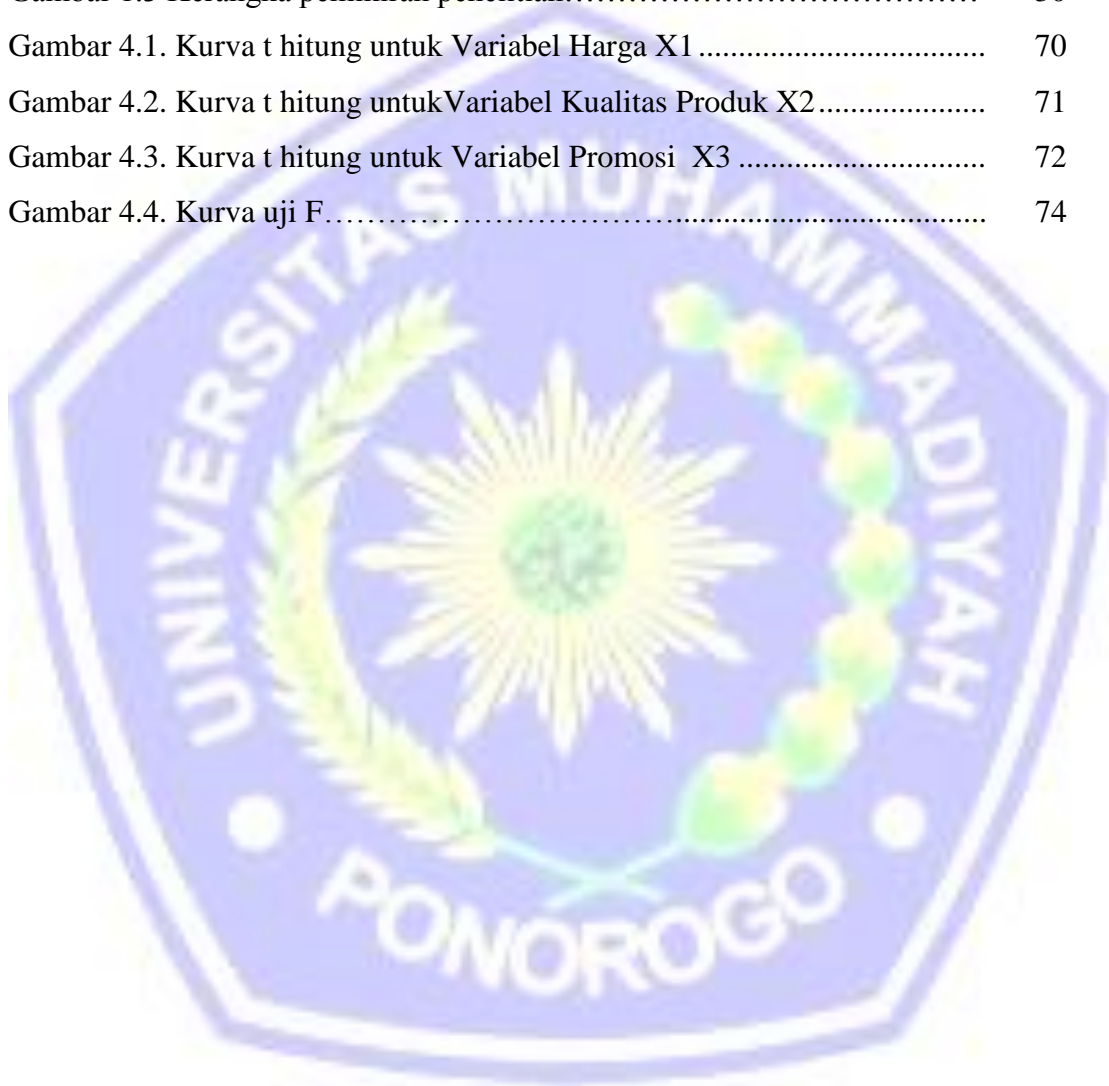
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel 4.4. Diskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Mengenai Harga yang TerjangkauX1.1	54
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Mengenai Perbandingan Harga X1.2	55
Tabel4.7.Tanggapan Responden Mengenai Harga Sesuai Dengan Kualitas Produk X1.3	56
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Rasa dan Aroma X2.1	57
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Dengan Merk LainX2.2.....	57
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Memenuhi Selera Masyarakat X2.3	58
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Mengenai Perbandingan Promosi Dengan Merk Lain X3.1	59
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Mengenai Promosi Media Elektronik X3.2.....	60
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Mengenai Tergetar Melakukan Pembelian X3.3.....	60
Tabel 4.14. Tanggapan Responden Untuk Melakukan Pembelian UlangY1...	61
Tabel 4.15. Tanggapan Responden Mengenai Perbandingan Dengan Merk LainY2.....	62
Tabel 4.16. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Paling UtamaY3 ...	63
Tabel4.17.Hasil Pengujian Validitas.....	64
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Reliability	65
Tabel 4.19. Coefficients	66
Tabel 4.20. Model Summary.....	68
Tabel 4.21. Coefficients	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tahap-tahap pengambilan keputusan pembelian	24
Gambar 1.2. Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 1.3 Kerangka pemikiran penelitian.....	30
Gambar 4.1. Kurva t hitung untuk Variabel Harga X1	70
Gambar 4.2. Kurva t hitung untuk Variabel Kualitas Produk X2.....	71
Gambar 4.3. Kurva t hitung untuk Variabel Promosi X3	72
Gambar 4.4. Kurva uji F.....	74



DAFTAR PUSTAKA

- Astuti Maya, 2009, **Pengertian Perilaku Konsumen**.
<http://mayaastuti2009.blogspot.com/2009/12/pengertian-perilaku-konsumen.html>, diakses 01 Mei 2014.
- Engel, James, dkk. 1994, **Perilaku Konsumen**, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Arumsari, Dheany, 2012, **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merk AquaProvinsi Jawa Tengah** dalam <http://www.google.com>, diakses 01 Mei 2014.
- J.Stanton, William, **Dasar – dasar Pemasaran**, Edisi ketujuh, Jakarta :Erlangga jilid ke-1, halaman 113
- Nunung Islamiati, 2013, **Pengaruh Harga, Fasilitas dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Kelas Eksekutif Pada PO Rosalia Indah Cabang Ponorogo**.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A.2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi 2 Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Phillip. 2005. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- LG, Schiffinan & Kanuk, (1994), **Consumer Behavior**. London : Prentice Hall International.
- Arikunto, Suharsini. **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek**, Rineka Cipta, Yogyakarta, tahun 2006.
- Swastha Dharmmesta Basu & T. Hani Handoko, 2000, **Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen**, edisi pertama, BPFE – Yogyakarta, Yogyakarta.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong, **Dasar-dasar Pemasaran**, Jilid I. 1997, Erlangga.
- Augusty, Ferdinand. 2006 **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang : BP Undip.

Sugiyono, 2009. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : Alfabeta.

Slamet Santoso, 2010. **Metode Penelitian Kuantitatif Plus Aplikasi Program SPSS**, Pusat Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

