

**“ PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TEH BOTOL SOSRO “**

(Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen S1

Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana “

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen S1**

Universitas Mercu Buana Jakarta



NAMA : MEGA FEBRIYANI

NIM : 43112010145

Program Studi Manajemen S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mega Febriyani

Nim : 43112010145

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia di kenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 18 Februari 2016

UNIVERSITAS
MERCU BUA



Mega Febriyani

Nim : 43112010145

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mega Febriyani
Nim : 43112010145
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Teh Botol Sosro.
Tanggal Lulus Ujian : 18 Februari 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi



(Drs. Wawan Purwanto, SE, MM)

Tanggal : 23/2/2016

Ketua Penguji



(Dudi Permana, Ph.D)

Tanggal : 23/2-2016

Dekan



(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA)

Tanggal : 24/2/2016

Ketua Program Studi Manajemen S1



(Dr. Rina Astini, SE, MM)

Tanggal : 24/2 2016.

Kata Pengantar

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang yang telah mencurahkan karunia dan rahmat-Nya serta kekuatan jasmani dan rohani, memberikan kasih-Nya tanpa batas dan tiada henti yang tulus kepada hambanya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir untuk menempuh gelar sarjana ekonomi dengan judul skripsi yaitu : “ Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Teh Botol Sosro”.

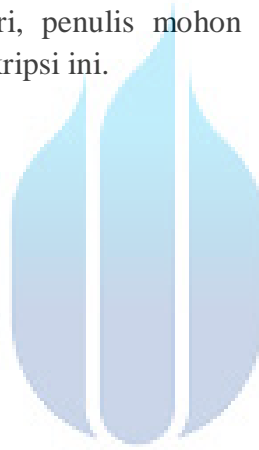
Rasa terima kasih dan penghargaan yang setingg-tingginya secara khusus penulis sampaikan kepada yang terhormat Bapak Drs. Wawan Purwanto, SE,MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu nya serta penuh kesabaran memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

Dan pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak.,MS.,CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE,MM, Selaku Ketua Program Studi Manajemen (S1) Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Mercu Buana yang telah banyak membenatu penulis selama mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana.
6. Kedua orang tua tercinta serta kedua adik-adik saya Aldi dan Kevin yang telah setia memberikan semangat luar biasa, doa yang tulus dan dukungan moral dan material yang tiada henti henti-henti nya kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Vyan, yang selalu memberikan semangat, doa dan selalu menemani serta membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua Sahabat saya Jessica Yolanda dan Siti Mukaromah (dua upay) untuk persahabatan yang hebat dan luar biasa dari semester 1 hingga selesai, saling mengingatkan, memberikan semangat, dukungan dan doa kepada saya dalam menyelesaikan skripsi.

9. Rinaldi Effendi, SE yang telah menjadi konsultan dan tutor, teman berdiskusi yang menyenangkan dan membantu menyelesaikan skripsi saya.
10. Para responden yang telah banyak memberikan bantuan dan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna di karenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 18 Februari 2016

Mega Febriyani
NIM : 43112010145

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Manfaat penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	
2.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	14
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran.....	16
2.1.5 Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2.2 Kualitas Produk.....	17
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	17
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....	19
2.3 Persepsi Harga.....	20
2.3.1 Pengertian Persepsi Harga.....	20
2.3.2 Dimensi Persepsi Harga.....	23
2.3.3 Strategi Penetapan Harga.....	24
2.4 Promosi Penjualan.....	26
2.4.1 Pengertian Promosi Penjualan.....	27
2.4.2 Dimensi Promosi Penjualan.....	27
2.4.3 Tujuan Promosi Penjualan.....	30
2.4.4 Karakteristik Promosi Penjualan.....	31
2.5 Keputusan Pembelian.....	32
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2.5.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	36
2.5.3 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	37

2.6 Hubungan Antar Variabel.....	38
2.6.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	38
2.6.2 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	39
2.6.3 Hubungan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian.....	40
2.6.4 Hubungan antara Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Dan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian	40
2.7 Penelitian Terdahulu.....	42
2.8 Rerangka Pemikiran.....	43
2.9 Hipotesis.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat.....	45
3.2 Desain Penelitian.....	45
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	46
3.3.1 Definisi Variabel.....	46
3.3.2 Operasional Variabel.....	48
3.4 Pengukuran Variabel	51
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
3.5.1 Populasi Penelitian.....	51
3.5.2 Sampel penelitian.....	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.7 Jenis data.....	54
3.8 Metode Analisis.....	54
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.7.2 Uji Kualitas Data.....	55
A. Uji Validitas.....	55
B. Uji Reabilitas.....	55
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
A. Uji Normalitas.....	56
B. Uji Multikolinieritas.....	56
C. Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.7.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.7.5 Uji Hipotesis.....	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Perusahaan	61
4.1.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	61
4.1.2 Karakteristik Responden.....	61
A. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
B. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	63
C. Deskriptif Responden Berdasarkan Frekuensi konsumsi.....	63
4.2 Hasil Uji Kualitas Data.....	64
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	64
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas	67

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	68
4.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
4.4 Hasil Uji Hipotesis	72
4.4.1 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	72
4.4.2 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R).....	73
4.4.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	74
4.4.4 Hasil Uji T.....	75
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	77

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	81
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	87



DAFTAR TABEL

NO.	KETERANGAN	HALAMAN
1.1	Tabel Market Share Teh Botol Sosro.....	4
1.2	Tabel Perbandingan Harga.....	6
1.3	Tabel data Survey Responden.....	9
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	42
3.1	Tabel Operasional Variabel.....	48
3.2	Tabel Pengukuran Skala Likert.....	51
4.1	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.3	Deskriptif Responden Berdasarkan Frekuensi konsumsi.....	63
4.4	Hasil Uji Validitas.....	64
4.8	Hasil Uji Reabilitas.....	67
4.9	Hasil Uji Normalitas.....	68
4.11	Hasil Uji Multikolonieritas.....	71
4.12	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	72
4.13	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R).....	73
4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	74
4.15	Hasil Uji T.....	75

DAFTAR GAMBAR

NO.	KETERANGAN	HALAMAN
2.1	Kerangka Pemikiran.....	43
4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

KETERANGAN	HALAMAN
Lampiran 1: Kuesioner.....	87
Lampiran 2: Hasil Kuesioner.....	92
Lampiran 3. Hasil Statistik Deskriptif.....	103
Lampiran 4 : Hasil Uji Kualitas Data.....	104
Lampiran 5: Uji Reliabilitas.....	106
Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	107
Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis.....	109
Lampiran 9: Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	110
Lampiran 10: Hasil Uji T.....	110
Lampiran 11: Hasil Data Survey.....	111

