

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK  
GORENG ORYZA GRACE RICE BRAND OIL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Disusun Oleh:**

**Nama : Nicky Moerdiyanti**

**NIM : 43114120066**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2017**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nicky Moerdiyanti

Nim : 43114120066

Program Studi : SI 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 dikanai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Februari 2017



Nicky Moerdiyanti

Nim : 43114120066

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Nicky Moerdiyanti  
NIM : 43114120066  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Oryza Grace Rice Brand Oil.

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji



Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 22/3/2017

Iwan Firdaus, S.Kom., MM

Tanggal : 22/3/2017

**MERCU BUANA**

Dekan,

Ketua Program Studi  
S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si

Tanggal :



Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 22/3/2017

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia- Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minyak Goreng *Oryza Grace Rice Brand Oil*”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dudi Permana, MM., Phd., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Untuk Orangtua Saya Bapak Ing. Djarot Rudijanto, H.E. dan Ibu Margaretha Fracisca Sorongan, Dipl.A terima kasih atas dukungannya.
7. Para Keluarga saya terima kasih atas dukungannya selama ini.
8. Para sahabat Varina, Elsa, Amadea, Dea Dumantia dan teman-teman seperjuangan terima kasih atas dukungannya.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doa yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan 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 dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 13 Februari 2017

Nicky Moerdiyanti



## DAFTAR ISI

Surat Pernyataan Karya Sendiri .....	i
Lembar Pengesahan Skripsi .....	ii
Abstrak .....	iii
<i>Abstract</i> .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiii
<b>Bab I Pendahuluan</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	11
<b>Bab II Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis</b> .....	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	13
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	17
2.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....	25
2.1.4 Kualitas Produk .....	28
2.1.5 Dimensi Kualitas Produk.....	30
2.1.6 Persepsi Harga .....	31
2.1.7 Penetapan Harga .....	33
2.1.8 Tujuan Penetapan Harga .....	34
2.1.9 Peranan Harga.....	36
2.1.10 Dimensi Harga .....	38
2.1.11 Promosi .....	40
2.1.12 Tujuan Promosi.....	41
2.1.13 Dimensi Promosi.....	42
2.2 Penelitian Terdahulu .....	43
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	45
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	45
2.3.2 Hubungan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	45
2.3.3 Hubungan Promosi Dengan Keputusan Pembelian.....	46

<b>Bab III Metode Penelitian .....</b>	<b>48</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	48
3.2 Desain Penelitian.....	48
3.3 Definisi dan Operasional Variabel .....	49
3.4 Pengukuran Variabel .....	53
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian .....	53
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.7 Metode Analisis Data .....	55
<b>Bab IV Hasil Analisis dan Pembahasan.....</b>	<b>64</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	64
4.2 Pengujian Instrumen .....	67
4.2.1 Uji Validitas .....	67
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	72
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	73
4.3.1 Uji Normalitas .....	73
4.3.2 Uji Multikolonieritas.....	75
4.3.3 Uji heteroskedastisitas.....	76
4.4 Hasil Analisis Deskriptif.....	77
4.4.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	78
4.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	86
4.4.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi.....	93
4.4.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	99
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	104
4.6 Uji Hipotesis .....	105
4.6.1 Koefisien Determinasi.....	105
4.6.2 Uji-t (parsial) .....	106
4.6.3 Uji-F (simultan) .....	109
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	110
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	110
4.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	111
4.7.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	112
<b>Bab V Kesimpulan dan Saran.....</b>	<b>113</b>
5.1 Kesimpulan .....	113
5.2 Saran.....	114
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>116</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>119</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Produsen Minyak Goreng.....	4
Tabel 2.1 Empat Jenis Perilaku Pembelian .....	23
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.2 Pertanyaan dan jawaban yang menggunakan skala Likert .....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per-bulan .....	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi membeli produk .....	67
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk .....	68
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Harga.....	69
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi .....	70
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas .....	76
Tabel 4.13 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Kinerja Produk .....	79
Tabel 4.14 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Fitur Produk .....	81
Tabel 4.15 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Reliabilitas .....	82
Tabel 4.16 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Estetika .....	84
Tabel 4.17 Rekapitulasi Hasil Penilaian Variabel Kualitas Produk .....	85
Tabel 4.18 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Keterjangkauan Harga .....	86
Tabel 4.19 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Daya Saing Harga.....	88
Tabel 4.20 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Kualitas .....	89
Tabel 4.21 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Manfaat .....	91
Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Penilaian Variabel Persepsi Harga.....	92
Tabel 4.23 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Promosi Penjualan .....	93
Tabel 4.24 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Hubungan Masyarakat .....	95
Tabel 4.25 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Personal Selling.....	97
Tabel 4.26 Rekapitulasi Hasil Penilaian Variabel Promosi .....	98
Tabel 4.27 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Pilihan Terbaik Produk .....	99
Tabel 4.28 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Puas Dengan Produk .....	101
Tabel 4.29 Nilai Rata-Rata dan Kategori dari Dimensi Pemilihan Produk .....	102
Tabel 4.30 Rekapitulasi Hasil Penilaian Variabel Keputusan Pembelian.....	104

Tabel 4.31 Koefisien Regresi Linier Berganda.....	105
Tabel 4.32 Koefisien Determinasi .....	106
Tabel 4.33 Uji hipotesis pertama pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	107
Tabel 4.34 Uji hipotesis kedua pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian.....	108
Tabel 4.35 Uji hipotesis pertama pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	108
Tabel 4.36 Uji Anova .....	110



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>The Cooking Oil Comparison Chart</i> .....	2
Gambar 1.2 Diagram Penjualan Minyak Oryza Grace .....	3
Gambar 2.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen .....	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	47
Gambar 4.1 P-Plot Uji Normalitas .....	75
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	77



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian .....	119
Lampiran 2 : Data Responden .....	126
Lampiran 3 : Hasil Kuisisioner .....	131
Lampiran 4 : Pengujian Instrumen.....	152
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik.....	157
Lampiran 6 : Analisis Regresi .....	159

