

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN COCA COLA**

(Studi kasus pada Mahasiswa di FEB Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

Dianjurkan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



Nama : Dwi Junianti

Nim : 43112010187

Program Studi Manajemen

FALKUTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwi Junianti

Nim : 43112010187

Program Studi : Manajemen S1

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

MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Februari 2016



Dwi Junianti
Nim : 43112010187

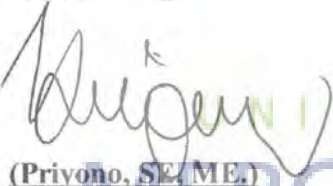
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dwi Junianti
Nim : 43112010187
Program Skripsi : Manajemen SI
Judul Skripsi : "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian minuman Coca Cola"
Tanggal Ujian Skripsi : 25 Februari 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Ketua Penguji



(Priyono, SE, ME.)



(Yuharisil, SE, ME)

Mh Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Ketua Program studi SI Manajemen



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



(Dr. Rina Astini SE., MM)

Kata Pengantar

Assalamu'allaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN COCA COLA”** . Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Pada kesimpulan ini, penulis ingin dalam mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulisan dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Priyono, SE, ME. Selalu dosen pembimbing skripsi. Terima kasih bapak, atas segala bimbingan, saran, masukan, kritik, kesabaran dan kesempatan yang diberikan buat saya.
2. Ibu Prof. Dr.Wiwik Utami, AK., MS., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, serta segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

4. Kedua Orang Tua tercinta yang selalu memberikan support, kasih sayang, selalu setia mendengarkan keluh kesah selama ini, memberikan do'a dan ridhonya dalam proses penyelesaian kuliah dan penulisan skripsi ini.
5. Keluarga dan kerabat yang selalu memberikan support, kasih sayang, selalu setia mendengarkan keluh kesah selama ini, memberikan do'a dan ridhonya dalam proses penyelesaian kuliah dan penulisan skripsi ini.
6. Om dan Tante – Tanteku yang tidak bisa disebutkan satu – persatu yang selalu memberikan support, kasih sayang, selalu setia mendengarkan keluh kesah selama ini, memberikan do'a dan ridhonya dalam proses penyelesaian kuliah dan penulisan skripsi ini.
7. Kepada Kiki Ayu Apriyanti, SE., angkatan 2015 yang telah membantu dan mengajarkanku belajar SPSS.
8. Para sahabat – sahabatku seperjuangan : Agfanindya Elsy Chandra, SE., Lilis Arianti, SE., Nanda Rizky Yuliandari, SE., Sri Lia Wati, SE., yang selalu ada disaat suka duka, selalu memberikan tawa serta canda, memberikan support dan do'a dalam proses penyelesaian kuliah penulisan skripsi ini.
9. Seluruh rekan – rekan seperjuangan Manajemen S1 angkatan 2012 yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas kebersamaan selama menuntut ilmu di Universitas Mercu Buana.
10. Kepada semua pihak yang belum disebutkan nama – namanya, semoga ALLAH SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki beberapa kekurangan dan tidak sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa – mahasiswi fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Wassalamu'allaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 25 Februari 2016

Penulis,

Dwi Junianti

Nim : 43112010187



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.2 Harga.....	13
2.2.1 Pengertian Harga.....	13
2.3 Dimensi Harga.....	14
2.4 Penetapan Harga.....	15
2.5 Diskon Harga.....	17
2.6 Menerapkan Harga Promosi.....	18
2.3 Promosi.....	19
2.3.1 Pengertian Promosi.....	19
2.3.2 Tujuan Promosi.....	20
2.4 Dimensi Promosi.....	21
2.5 Keputusan Pembelian.....	39
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	39

	2.5.2 Proses pengambilan Keputusan.....	40
	2.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Prilaku	
	Konsumen	43
	2.5.4 Tipe – Tipe Keputusan Konsumen.....	46
	2.5.5 Struktur Keputusan Pembelian.....	47
	2.6 Pengertian Terdahulu.....	49
	2.7 Kerangka Pemikiran.....	52
	2.8 Hipotesis.....	53
BAB III	METODELOGI PENELITIAN	
	3.1 Objek Penelitian.....	54
	3.1.1 Lokasi Penelitian.....	54
	3.1.2 Sejarah PT Coca cola.....	54
	3.1.3 Jenis – jenis Coca cola.....	55
	3.1.4 Slogan Coca cola.....	57
	3.1.5 Visi dan Misi.....	57
	3.2 Desain Penelitian.....	58
	3.3 Definisi Operasional.....	58

3.4 Variabel dan Skala Pengukuran.....	60
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	61
3.6 Jenis Data.....	62
3.7 Populasi dan Sample.....	62
3.8 Metode Analisis Data.....	64
3.8.1 Uji Data Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.8.2 Analisis Deskriptif.....	67
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	67
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
3.8.6 Uji Hipotesis.....	70



BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	72
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	72
4.1.2 Responden Menurut Usia.....	73
4.1.3 Responden Menurut Informasi.....	74

4.1.4 Responden Frekuensi Pembelian.....	73
4.2 Hasil Analisis Data.....	76
4.2.1 Uji Validitas.....	77
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	78
4.3 uji Asumsi Klasik.....	80
4.3.1 Uji Normalitas.....	80
4.3.2 Uji Multikolinieritas.....	82
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	82
4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	83
4.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	85
4.6 Uji Hipotesis.....	86
4.7 Pembahasan.....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91

Daftar Pustaka

Daftar Lampiran

DAFTAR TABEL

2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	41
3.1 Operasional Variabel.....	59
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi.....	74
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	75
4.5 Hasil Uji Validitas Harga (X1)	76
4.6 Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	77
4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	78
4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
4.9 Hasil Uji Normalitas	80
4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	82
4.11 Uji Regresi Linear Berganda.....	84
4.12 Uji Koefisien Determinasi(R^2).....	85
4.13 Hasil Uji F.....	86
4.14 Hasil Uji t.....	87

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran.....	53
4.1 Plot of regression standardized residual.....	81
4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	83

