

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Study kasus di Paragon Gym – Tangerang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Rudyanto A. Hutabarat

NIM : 43108110046

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2016

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Skripsi ini :

Nama : Rudyanto A.Hutabarat
NIM : 43108110046
Program : Program Studi Manajemen
Judul : Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian
(Study kasus di Paragon Gym – Tangerang)
Tanggal : 8 Maret 2016

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 8 Maret 2016



Rudyanto A.Hutabarat

Nirm :43108110046

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rudyanto A.Hutabarat

NIM : 43108110046

Program : Program Studi Manajemen

Judul : Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian
(Study kasus di Paragon Gym – Tangerang)


Tanggal Lulus Ujian : 8 Maret 2016

Disahkan Oleh :


Pembimbing,


Zulfetri, M.Si., MM
Tanggal : 16/3/2016


Ketua Penguji,


M. Soelton, S.Psi., MM
Tanggal : 15/03/2016

Dekan,


Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., Ms., CA
Tanggal : 16/3/2016

**Ketua Program Studi
S1 Manajemen,**


Dr. Rina Astini, SE., MM
Tanggal : 16/3 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala nikmat-Nya yang diberikan kepada kita, yang salah satunya berupa nikmat kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (Study kasus di Paragon Gym – Tangerang)”**. Dengan segala kemampuan yang ada, penulis berupaya untuk menghimpun data dan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini. Jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf yang sebesar - besarnya, karena manusia tidaklah luput dari kesalahan, namun penulis akan berupaya untuk lebih meningkatkan kemampuan dan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itulah dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Alm.Bapak dan Mama serta Alm. Abang dan Adikku tercinta yang selalu memberiku kasih sayang, semangat, perhatian, doa dan dukungan moril maupun materil kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Zulfitri, M.Si., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu, pelajaran dan nasehat kepada penulis selama kuliah sehingga penulis dapat menjadi seperti sekarang ini. Serta Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Manajemen dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
7. Keluargaku (Tulang dan Nantulang, Amangboru dan Namboru, Ito, Lae , dan Adik - adik) yang selalu memberikan, semangat dan motivasi penulis mulai merasa putus asa, terkait penyelesaian skripsi ini.
8. Kristian dan shelley yang mau meluangkan waktu, sabar dan tenaga dalam mengajarkan pengolahan data agar skripsi ini selesai.
9. Sahabat-sahabatku di paragon gym: Regi, Bunga, Yusuf, Inet, Mike, Dedeh, Rainhard, Aero Pilot Tim: Dafi, Valdi, Oki, Yusuf, Anto, Rabin, dll. selalu memberiku semangat dan motivasi.
10. Sahabat- sahabatku Yanti, Tika, Natalia, Marunda, Rico yang membantu support doa dan waktu buat menyelesaikan skripsiku.

11. Bapak Richie soisay dan Istri dan semua pengelola paragonbiz yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian terhadap membernya.
12. Seluruh teman-teman Manajemen kelas karyawan, khususnya : Ilham, Stevany, emak Lia, Ganang, dll yang telah membantu dan memberikan semangat serta canda tawa sehingga penulis menjadi termotivasi.
13. Seluruh Responden dari Anggota Member Paragon Gym dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Maret 2016

Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii

BAB I

PENDAHULUAN

1.1	Latar belakang.....	1
1.2	Rumusan masalah	4
1.3	Batasan Masalah	5
1.4	Tujuan dan kontribusi penelitian	5

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1	Pengertian Pemasaran	7
	2.1.2 Konsep Pemasaran.....	7
	2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2	Pengertian Harga.....	9
2.3	Promosi	11
2.4	Pengertian perilaku konsumen	14
	2.4.1 Beberapa pengertian perilaku konsumen	15
	2.4.2 Ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat Rasional	16
	2.4.3 Ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat Irrasional.....	16
	2.4.4 Pendekatan Perilaku Konsumen diantaranya ada 2 (dua) macam.	16

2.5	Proses Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen	17
2.5.1	Pembelian	21
2.5.2	Diagnosa Perilaku Konsumen	22
2.5.3	Teori Lain Tentang Pengambilan Keputusan Tingkat keterlibatan konsumen.....	23
2.5.4	Heuristik dan bias keputusan	24
2.6	Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.7	Penelitian Terdahulu	25
2.8	Skema Kerangka Pemikiran	30

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Obyek Penelitian	31
3.1.1	Lokasi Penelitian	31
3.1.2	Gambaran Umum Perusahaan	31
3.2	Desain Penelitian.....	32
3.3	Hipotesis	32
3.4	Variabel dan Skala Pengukuran	32
3.4.1	Variabel Penelitian.....	32
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	33
3.5	Metode Pengumpulan Data	35
3.5.1	Jenis Data.....	36
3.5.2	Teknik Analisis data.....	36
3.6	Populasi dan Sampel	36
3.7	Metode Analisis Data	37
3.7.1	Uji Validitas.....	37
3.7.2	Uji Reliabilita.....	38
3.8	Uji Asumsi Klasik	
	a. Uji normalitas.....	39
	b. Uji Multikolinearitas	40
	c. Uji Autokorelasi	40

d. Uji Heteroskedastisitas	41
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.9.1 Pengujian Koefisien Persamaan Regresi	42
1. Uji F (Uji Simultan)	42
2. Uji t (Uji Parsial)	43

BAB IV

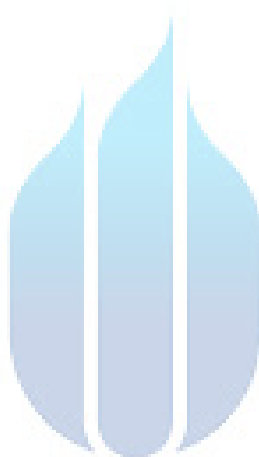
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	46
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.2 Karakteristik Responden Menurut lamanya bergabung menjadi member	46
4.1.3 Karakteristik Responden Menurut Jabatan / Pekerjaan	47
4.2 Analisis harga dalam keputusan pembelian.....	48
4.3 Analisis Promosi dalam keputusan pembelian	53
4.4 Analisis Keputusan pembelian di paragon gym	59
4.5 Uji Validitas Dan Reabilitas	65
4.5.1 Uji Validitas	65
4.5.2 Uji Reliabilitas.....	68
4.6. Pengujian Asumsi Klasik	69
4.6.1. Uji Normalitas Data.....	69
4.6.2 Uji Auto Korelasi.....	71
4.6.3 Uji Multikolinearitas.....	72
4.6.4 Uji Heteroskedastisitas	73
4.6.5 Analisis Regresi Berganda	75
4.7 Pengujian Hipotesis.....	77
4.7.1 Uji Hipotesis Simultan (F)	77
4.7.2. Uji Hipotesis Parsial (t).....	78
4.7.3 Koefisien Determinasi	79

BAB V**KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	82

	DAFTAR PUSTAKA.....	84
--	---------------------	----

LAMPIRAN

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian terdahulu.....	24
Tabel 3.1	Variabel harga.....	34
Tabel 3.2	Variabel promosi.....	34
Tabel 3.3	Variabel Keputusan pembelian	36
Tabel 3.4	Skala Likert	38
Tabel 4.1	Jenis kelamin responden.....	46
Tabel 4.2	Lamanya menjadi member responden	47
Tabel 4.3	Jabatan /kegiatan responden	47
Tabel 4.4	pernyataan responden mengenai harga A.....	49
Tabel 4.5	pernyataan responden mengenai harga B	49
Tabel 4.6	pernyataan responden mengenai harga C	50
Tabel 4.7	pernyataan responden mengenai harga D.....	50
Tabel 4.8	pernyataan responden mengenai harga E	51
Tabel 4.9	pernyataan responden mengenai harga F.....	52
Tabel 4.10	Rekapitulasipernyataan responden variabel harga	52
Tabel 4.11	pernyataan responden mengenai Promosi A.....	54
Tabel 4.12	pernyataan responden mengenai Promosi B	55
Tabel 4.13	pernyataan responden mengenai Promosi C	55
Tabel 4.14	pernyataan responden mengenai Promosi D.....	56
Tabel 4.15	pernyataan responden mengenai Promosi E	57
Tabel 4.16	pernyataan responden mengenai Promosi F	57

Tabel 4.17 Rekapitulasi pernyataan responden variabel Promosi.....	58
Tabel 4.18 Pernyataan responden mengenai keputusan pembelian A.....	60
Tabel 4.19 Pernyataan responden mengenai keputusan pembelian B.....	61
Tabel 4.20 Pernyataan responden mengenai keputusan pembelian C.....	61
Tabel 4.21 Pernyataan responden mengenai keputusan pembelian D.....	62
Tabel 4.22 Pernyataan responden mengenai keputusan pembelian E.....	63
Tabel 4.23 Pernyataan responden mengenai keputusan pembelian F.....	63
Tabel 4.24 Pernyataan responden mengenai keputusan pembelian G.....	64
Tabel 4.25 Rekapitulasi pernyataan responden variabel keputusan pembelian	64
Tabel 4.26 Uji Validitas terhadap harga	66
Tabel 4.27 Uji Validitas terhadap promosi	67
Tabel 4.28 Uji Validitas terhadap keputusan pembelian.....	67
Tabel 4.29 Uji Realibilitas.....	69
Tabel 4.30 Uji Normalitas data.....	70
Tabel 4.31 Uji Auto korelasi.....	72
Tabel 4.32 Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.33 Uji Regresi linier ganda.....	75
Tabel 4.34 Uji F (secara simultan).....	77
Tabel 4.35 Uji T (secara parsial).....	78
Tabel 4.36 Hasil uji koefisien determinasi model regresi.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Uji Normalitas	72
Gambar 4.2 Uji Heteroskedasitas	74

