

**PENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BIHUNKU
(Studi Produk Bihunku Pada Konsumen di Wilayah Tangerang)**

SKRIPSI

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



Nama : Ahmad Oka Sugio

NIM : 43113110425

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Oka Sugio

NIM : 43113110425

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 sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 September 2017



Ahmad Oka Sugio
NIM : 43113110425

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Oka Sugio
NIM : 43113110425
Program Studi : Manajemen – S1
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Bihunku (Studi Produk Bihunku pada konsumen
di Wilayah Tangerang)

Tanggal Lulus Ujian : 28 September 2017

Disahkan oleh:

Pembimbing,

Ketua Penguji,

H. Sonny Indrajaya, Ir., MM.

Tanggal : 5/10 - 2017 .

Dekan,

Dr. Harnovinsah, M.Si., Ak., CA., CIPSAS.

Tanggal :

Zulfitri, MP., MM.

Tanggal : 5/10 '17

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,

Dudi Permana, ST., MM, Ph.D.

Tanggal : 5/10 - 2017

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna menyelesaikan studi strata 1 pada Program Studi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Terima kasih saya ucapkan kepada H. Sonny Indrajaya, Ir., MM, selaku dosen pembimbing yang sabar dalam membimbing, memberikan saran, meluangkan waktunya mengarahkan serta memotivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik, Adapun judul penulisan skripsi ini adalah; “Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bihunku (Studi Produk Bihunku pada Konsumen di Wilayah Tangerang)”.

Dengan selesainya skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah banyak memberikan bimbingan, bantuan baik secara material maupun spiritual. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, M.Si., Ak., CA., CIPSAS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, ST., MM., Ph.D, selaku Kepala Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Terimakasih kepada istri yang telah mensuport selama ini sehingga membuat semangat dalam menempuh bangku kuliah selama 4 tahun.
5. Terimakasih kepada rekan – rekan kerja PT. Tiga Pilar Sejahtera Food. Tbk, yang memberikan suport data dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
6. Terimakasih kepada teman – teman yang berada di Mercu Buana yang selama ini telah membantu dalam perkuliahan dari semester awal hingga akhir.
7. Dosen – dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.



Jakarta, 31 Agustus 2017

Ahmad Oka Sugio

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	12
1.) Tujuan penelitian dalam penelitian ini untuk :	12
2.) Kontribusi Penelitian ini dibagi menjadi dua bagian :	12
a. Kontribusi Praktik.....	12
b. Kontribusi Akademik.....	13

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	14
1. Teori Manajemen	14
2. Teori Pemasaran	14
3. Teori Bauran Pemasaran	15
4. Teori Iklan	18

a. Pengertian Iklan	18
b. Fungsi Iklan	19
c. Tujuan Iklan.....	20
d. Dimensi Periklanan	21
e. Faktor - faktor Iklan.....	23
5. Teori Harga.....	26
a. Pengertian Harga.....	26
b. Peranan harga	29
c. Strategi penetapan harga	30
d. Dimensi-dimensi harga.....	31
e. Faktor - faktor Harga.....	31
6. Teori Keputusan Pembelian	32
a. Pengertian Keputusan Pembelian	32
b. Faktor dalam Keputusan Pembelian	32
c. Dimensi-dimensi keputusan pembelian	36
7. Penelitian Terdahulu.....	36
B. Rerangka Pemikiran.....	39
C. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	42
1. Definisi Variabel	42

2. Operasionalisasi Variabel	42
D. Skala Pengukuran	46
E. Populasi dan Sampel.....	47
1. Populasi	47
2. Sampel.....	48
F. Metode Pengumpulan Data.....	49
G. Metode Analisis Data	49
1. Analisis Deskriptif.....	49
2. Uji Instrumen Data	50
a. Uji Validitas	50
b. Uji Reliabilitas	51
c. Analisis Regresi Linear Berganda	52
d. Uji Asumsi Klasik	53
1.) Uji Normalitas	53
2.) Uji Heteroskedastisitas	53
3.) Uji Multikolineritas	54
3. Uji Hipotesis	55
a. Koefisien Determinasi (R^2)	55
b. Uji Simultan (Uji Statistik F)	55
c. Uji Hipotesis (Uji Statistik T).....	56

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
1. Profil Perusahaan Objek Penelitian	58

2. Karakteristik Profil Responden	60
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	60
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	61
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Konsumen	62
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif Hasil Jawaban Responden	62
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Iklan	62
2. Hasil Uji Statistik Deskriptif Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Harga.....	64
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian	65
C. Hasil Uji Instrumen Data.....	66
1. Hasil Uji Validitas	66
a. Hasil Uji Validitas Variabel Iklan	67
b. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	68
c. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	69
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	70
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
1. Hasil Uji Normalitas	71
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	72
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
E. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	75
F. Hasil Uji Hipotesis	76
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76

2. Hasil Uji Simultan (Uji Statistik F).....	77
3. Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t)	79
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
DAFTAR LAMPIRAN	89



DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Target dan realisasi volume penjualan produk wilayah Tangerang Januari – Oktober 2016.....	5
1.2	Schedule Placement TVC	7
1.3	Price List	10
3.1	Definisi Operasional Variabel Iklan (X1)	44
3.2	Definisi Operasional Variabel Harga (X2).....	45
3.3	Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
3.4	Lima Tingkatan Jawaban Dengan Skala Likert.....	47
4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	61
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Konsumen	62
4.5	Deskriptif Hasil Jawaban Responden Variabel Iklan	63
4.6	Deskriptif Hasil Jawaban Responden Variabel Harga	64
4.7	Deskriptif Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	65
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Iklan	67
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	68
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	69
4.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	70
4.12	Hasil Uji Normalitas	71
4.13	Hasil Uji Multikolonieritas.....	72

4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	75
4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)	76
4.16	Hasil Uji Simultan (Uji Statistik F).....	78
4.17	Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t)	79



DAFTAR GAMBAR

No. Keterangan	Halaman
2.1 Rerangka Pemikiran Penelitian	39
4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Variabel Iklan	94
Lampiran 3	Hasil Kuesioner Variabel Harga	96
Lampiran 4	Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	99
Lampiran 5	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Iklan	101
Lampiran 6	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Harga	103
Lampiran 7	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	104
Lampiran 8	Hasil Validitas Variabel Iklan	106
Lampiran 9	Hasil Validitas Variabel Harga	107
Lampiran 10	Hasil Validitas Variabel Keputusan Pembelian	108
Lampiran 11	Hasil Uji Reliabilitas	109
Lampiran 12	Hasil Uji Asumsi Klasik	110
Lampiran 13	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	111
Lampiran 14	Hasil Uji Hipotesis	111
Lampiran 15	Tabel R, F & T	113