

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PHILIPS**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN
MEMENUHI SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA MANAJEMEN**

OLEH :

IYAN RIZKI MULYO POERNOMO

NPM : S1- 19180056



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

SKRIPSI

NAMA : IYAN RIZKI MULYO POERNOMO
NPM : S1- 19180056
**JUDUL : PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PHILIPS.**

**Disetujui,
Dosen Pembimbing**

(Dr. Yuli Anwar S.E M.Ak)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(WARTOYO HADI, SE.,MM)

(SUMARDJONO, S.E., M.M)

Ketua Prodi

Mengetahui :

Dekan

(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M) (YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Philips. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli produk produk elektrik philip di PT. Guna Elektrik Makmur. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi liner berganda dengan menggunakan program SPSS 26. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian. dan Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT bahwa pada akhirnya skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PHILIPS DI PT. GUNA ELEKTRIK MAKMUR”** ini telah peneliti selesaikan sesuai dengan rencana yang telah kami tentukan sebelumnya.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena keterbatasannya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan dimasa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Skripsi ini tersusun atas bantuan dan bimbingan berbagai pihak, karenanya perkenankanlah peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., M.M Selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak Selaku Wakil Rektor I Universitas Binaniaga Indonesia
3. Bapak Dedi Mulyadi, S.Si., M.Kom Selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Bapak Dr. Yuli Anwar S.E M.Ak selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan banyak saran, bimbingan dan mengarahkan penelitian dalam menyelesaikan skripsi.

5. Ibu Indar Khaerunnisa SE., M.Ak selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan banyak saran, bimbingan dan mengarahkan penelitian dalam menyelesaikan skripsi
6. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu, membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti.
7. Seluruh staf administrasi, akademik, dan tata usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah banyak membantu peneliti.
8. Kepada keluarga besar saya yang telah memberikan nasihat, dorongan doa, dan semangat dan telah membantu saya baik secara moril maupun materil, yang tidak terhingga sampai selesainya kuliah ini.
9. Kepada teman – teman *GAD for World* yang setia berbagi suka duka dalam penyusunan skripsi ini
10. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebut satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian skripsi ini. Terima kasih semuanya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kami maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, September, 2023

Peneliti,

Iyan Rizki M. P
S1-19180056

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah	13
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Manfaat Penelitian.....	14
G. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Pemasaran	16
B. Manajemen Pemasaran	17
C. Harga	19
D. Promosi	25
E. Keputusan Pembelian	34
F. Penelitian Terdahulu	45
G. Kerangka Pemikiran	48
H. Hipotesis Penelitian`	49
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Waktu dan Tempat Penelitian	52
B. Metode Penelitian	52
C. Populasi dan Sampel	53

D. Variabel Penelitian	55
E. Teknik Pengumpulan Data	57
F. Metode analisis data	59
G. Instrumen Penelitian	60
H. Teknik Analisis Data	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
A. Sejarah Perusahaan	74
B. Struktur Organisasi.....	75
C. Profil Responden	75
D. Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas	78
E. Analisis Deskriptif	83
F. Analisa Data	87
G. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	91
H. Uji Partial t.....	92
I. Uji Hipotesis F	94
J. Koefisien Determinasi (R^2)	96
K. Pembahasan	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Rekapitulasi Penjualan	6
Tabel 2	Perbandingan Harga Produk Philips dengan Elektronik Rumah Tangga lainnya	8
Tabel 3	Penelitian Terdahulu	45
Tabel 4	Operasional Variabel	56
Tabel 5	Kriteria Skala Penialian	60
Tabel 6	Interpretasi Koefisien Korelasi	70
Tabel 7	Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Tabel 8	Klasifikasi Responden berdasarkan Usia.....	76
Tabel 9	Klasifikasi Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	77
Tabel 10	Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	78
Tabel 11	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	79
Tabel 12	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	80
Tabel 13	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	81
Tabel 14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)	81
Tabel 15	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2)	82
Tabel 16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	82
Tabel 17	Kriteria Rata-Rata Jawaban Responden	83
Tabel 18	Hasil Distribusi Jawaban Responden Harga	84
Tabel 19	Hasil Distribusi Jawaban Responden Promosi	85
Tabel 20	Hasil Distribusi Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y) .	86
Tabel 21	Hasil Uji Normalitas.....	87
Tabel 22	Hasil Uji Multikolinieritas.....	88
Tabel 23	Hasil uji linearitas variable Harga (X1)	90

Tabel 24	Hasil uji linearitas variable Promosi (X2)	91
Tabel 25	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	91
Tabel 26	Hasil Uji Partial (Uji) t.....	93
Tabel 27	Hasil Uji Hipotesis F.....	95
Tabel 28	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Penjualan Produk Philips PT. Guna Elektrik Makmur	7
Gambar 2	Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 3	Struktur Organisasi PT. Guna Elektrik Makmur	75
Gambar 4	Hasil Uji Heteroskedastisitas – Scatterplot	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Tabulasi Uji Validitas

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Tabulasi Responden

Lampiran 5 Profil Responden

Lampiran 6 Output Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Output Deskriptif

Lampiran 8 Tabel r

Lampiran 9 Tabel t

Lampiran 10 Tabel F