PENGARUH MEREK, PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Merek Consina di Surabaya)

Oleh :

RICKY HENDRAWAN

NPM : 14.1.02.09302

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2018

PENGARUH MEREK, PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Merek Consina di Surabaya)

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

RICKY HENDRAWAN

NPM: 14.1.02.09302

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2018

PENGARUH MEREK, PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Konsumen Produk Merek Consina di Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RICKY HENDRAWAN
NPM : 14.1.02.09302

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 13 Oktober 2018

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Ir. R. Budhi Satrio, M.M.
Anggota : 1. Dr. Djawoto, S.E., M.M.
2. Drs. Ec. Yahya, M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima
Oleh :

Dosen Pembimbing	Ketua Program Studi Manajemen
Dr. Ir. R. Budhi Satrio, M.M.	Dr. Triyonowati, M.Si.

Ketua STIESIA

Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Ricky Hendrawan**

N.P.M : **14.1.02.09302**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH MEREK, PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Merek Consina di Surabaya)

Diajukan untuk diuji tanggal 13 Oktober 2018, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah–olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 13 Oktober 2018

Ricky Hendrawan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama	: Ricky Hendrawan
NPM	: 14.1.02.09302
Program Studi	: Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir	: Lamongan, 29 Maret 1996
Agama	: Islam
Jumlah Saudara/ Anak ke	: 3(tiga)/1(satu)
Alamat Rumah	: Lingkungan Semangu, RT/RW: 006/006 Blimbing, Paciran, Lamongan
Status	: Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama	: Mudzakir
Alamat Rumah/Telepon	: Lingkungan Semangu, RT/RW: 006/006 Blimbing, Paciran, Lamongan/ 085604334046
Alamat Kantor/Telepon	: -
Pekerjaan/Jabatan	: Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di MIM 04 Blimbing – Paciran tahun 2008
2. Tamat SLTP di SMPN 1 Paciran - Lamongan tahun 2011
3. Tamat SLTA di SMAN 1 Paciran – Lamongan tahun 2014
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	8	2018	

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan Sebenarnya,

Ricky Hendrawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Merek, Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Merek Consina di Surabaya".** Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian program pendidikan Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyelesaian skripsi ini kiranya tidak akan berjalan lancar tanpa bentuan maupun dukungan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si, selaku ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Dr. Ir. R Budhi Satrio, M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan masukan, saran dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Drs. Tri Yuniati, M.M, selaku dosen wali SM7 yang memberikan bimbingan dan pengarahan selama masa perkuliahan.

5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu dalam menyusun skripsi ini melalui perkuliahan.
6. Ayah, ibu, adik serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan do'a dan dukungan agar penulis diberi kemudahan dan kelancaran selama penulisan skripsi ini.
7. Semua sahabat-sahabatku khususnya Safrina Kurniawati, Ria Ilsa, Khairun nisaa, Mauludin dan Eka rahmat yang selalu memberi semangat, motivasi dan saran selama kuliah dari awal hingga selesai.
8. Seluruh teman-teman kelas SM7 yang memberi semangat kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
9. Serta Seluruh pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang turut membantu penulisan dalam penelitian ini sehingga terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT berkenan membalas segala bantuan yang telah diberikan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat serta menambah informasi bagi semua pihak yang menggunkan skripsi ini.

Surabaya, 20 September 2018

Ricky Hendrawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP iv
KATA PENGGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
ABSTRAK xiii
ABSTRACT xiv

BAB 1: PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitia 3
1.4 Manfaat Penelitian 4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian 4

BAB 2: TINJAUAN TEORETIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 5
2.1 Tinjauan Teoritis 5
2.1.1 Pemasaran 5
2.1.2 Merek 6
2.1.3 Produk 9
2.1.4 Harga 15
2.1.5 Promosi 17
2.1.6 Keputusan Pembelian 20
2.1.7 Peneliti Terdahulu 23
2.1.8 Pengaruh Antar Variabel Penelitian 26
2.2 Rerangka Konseptual 30
2.3 Pengembangan Hipotesis 30

BAB 3: METODE PENELITIAN 32
3.1 Jenis Peneletian dan Gambaran dari Populasi (Obyek Penelitian) 32
3.1.1 Jenis Penelitian 32
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Obyek) Penelitian 32
3.2 Teknik Pengambilan Sampel 33

3.3 Teknik Pengumpulan Data....34
3.3.1 Jenis Data dan Sumber Data....34
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data....34
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel....35
3.4.1 Variabel Penelitian....35
3.4.2 Definisi Operasional Variabel....36
3.5 Teknik Analisis Data....40
3.5.1 Uji Instrumen....41
3.5.1.1 Uji Validitas....41
3.5.1.2 Uji Realibilitas....41
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda....42
3.5.3 Uji Asumsi Klasik....43
3.5.3.1 Uji Normalitas....43
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas....44
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas....44
3.5.4 Uji Kelayakan Model (*Goodness Of Fit*)....45
3.5.4.1 Uji F....46
3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi Berganda....46
3.5.5 Uji Hipotesis (Uji t)....47

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....48
4.1 Hasil Penelitian....48
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan Consina....48
4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian....51
4.1.3 Diskripsi Tanggapan Konsumen Tentang Variabel – variabel Penelitian....53
4.1.3.1 Merek....53
4.1.3.2 Produk....54
4.1.3.3 Harga....55
4.1.3.4 Promosi....56
4.1.3.5 Keputusan Pembelian....57
4.1.4 Analisis Data....59
4.1.4.1 Hasil Uji Validitas....59
4.1.4.2 Hasil Uji Realibilitas....60
4.1.4.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda....60
4.1.5 Uji Asumsi Klasik....62
4.1.5.1 Uji Normalitas....62
4.1.5.2 Uji Multikolinieritas....64
4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas....64
4.1.6 Kelayakan Model....65
4.1.6.1 Uji F....65
4.1.6.2 Koefisien Determinasi Berganda....66
4.1.7 Pengujian Hipotesis....67

4.1.7.1 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) 67
4.2 Pembahasan 69
4.2.1 Pembahasan Deskriptif Identitas Responden dan Tanggapan Responden 69
4.2.2 Pembahasan Hipotesis 72

BAB 5 PENUTUP.....76
5.1 Kesimpulan 76
5.2 Keterbatasan.....77
5.3 Saran 77

JADWAL PENELITIAN.....79
DAFTAR PUSTAKA 80
LAMPIRAN.....83

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1. Pengukuran Variabel Skala Linkert 35
2. Karakteristik Jumlah Menurut Jenis Kelamin 52
3. Karakteristik Jumlah Menurut Usia 52
4. Karakteristik Jumlah Menurut Pekerjaan 53
5. Tanggapan Konsumen atas Merek 54
6. Tanggapan Konsumen atas Produk 55
7. Tanggapan Konsumen atas Harga 56
8. Tanggapan Konsumen atas Promosi 57
9. Tanggapan Konsumen atas Keputusan Pembelian 58
10. Hasil Uji Validitas 59
11. Hasil Uji Reliabilitas 60
12. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 60
13. One – Sample Kolmogrov Smirnov Test 62
14. Hasil Uji Multikolineritas 64
15. Hasil Uji F (Uji Simultan) 66
16. Hasil Koefisien Determinasi Berganda 66
17. Hasil Uji t (Uji Hipotesis) 67
18. Kelas Interval 70

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Rerangka Konseptual 30
2. Logo Consina 48
3. Normal Probability Plot 63
4. Scatterplot 65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

1. Kuisioner 83
2. Tabulasi Jawaban Responden 89
3. Distribusi Frekuensi Identitas dan Tanggapan Responden 91
4. Output SPSS 99