

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN JOGLOSEMAR**

**(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2014)**



**NASKAH PUBLIKASI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Disusun oleh :

**BAHARUDIN YUSUF**

**B 100 100 044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2014**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Naskah Publikasi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN JOGLOSEMAR (STUDI PADA MAHASISWA  
UMS TAHUN 2014)".**

Yang ditulis oleh:

**BAHARUDIN YUSUF**  
**B 100 100 044**

Penandatanganan berpendapat bahwa Naskah Publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 23 Desember 2014

Pembimbing

( Jati Waskito, SE., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, SE., M.Si)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN JOGLOSEMAR  
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2014)  
Penulis : Baharudin Yusuf (B100100044)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
2014**

**ABSTRAKSI**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh antara Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang di dapat dari jawaban responden yang berupa pengisian kuisioner yang disebar pada mahasiswa UMS tentang koran joglosemar. sebanyak 100 responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini.

Adapun instrumen yang digunakan untuk menguji layak dan tidaknya suatu pertanyaan dalam kuisioner adalah uji validitas dan uji reabilitas. Untuk uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil perhitungan diperolehnya nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama kualitas produk, harga produk dan promosi produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil perhitungan Uji t menunjukkan semua nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan didukung nilai signifikansi  $< 0,05$ , sehingga variabel kualitas produk, harga produk dan promosi produk secara individual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variable Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Koran joglosemar pada mahasiswa UMS, dan nilai koefisien regresi variabel promosi ( $b_3$ ) paling signifikan dibandingkan dengan variabel kualitas dan harga. Artinya variabel promosi berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

**PENDAHULUAN**

Penerbitan surat kabar merupakan bagian integral dari keseluruhan

sistem pelayanan informasi yang melayani masyarakat dengan berbagai jenis pelayanan. PT. Joglosemar

adalah salah satu perusahaan penerbitan surat kabar yang setiap harinya selalu menerbitkan berita baru sesuai dengan perkembangan informasi yang ada. Penjualan koran joglosemar meliputi daerah DIY, Soloraya, juga daerah Semarang dan sekitarnya. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan penjualan korannya di wilayah tersebut, termasuk di wilayah soloraya, karena selain joglosemar juga masih ada beberapa surat kabar yang lain, seperti Solopos, Jawapos, Harian Jogja, dan lain –lain yang akan menjadi saingan Joglosemar.

Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian dalam rangka untuk menilai apakah harga, promosi, dan kualitas produk layak dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan guna mencapai tujuan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pemasaran**

Pemasaran sering disamakan dengan promosi dan dikuatkan oleh seseorang yang memandang pemasaran sebagai kegiatan promosi, padahal promosi hanyalah bagian kecil dari kegiatan pemasaran, sedangkan pemasaran ruang lingkungannya lebih luas. Kegiatan pemasaran telah dimulai dari produk mulai dibuat sampai pada pembelian produk oleh konsumen.

### **Kualitas Produk**

Mengenai suatu produk, maka aspek yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual memiliki nilai jual yang lebih bila dibandingkan dengan produk pesaing.

### **Harga**

Harga merupakan unsur dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel artinya dapat berubah secara tepat. Harga merupakan satu-satunya elemen yang ada dalam bauran pemasaran yang menghasilkan arus kas.

### **Promosi**

Tujuan promosi menurut Swastha dan Irawan (2008) adalah memodifikasi tingkah laku, memberikan informasi, membujuk, serta mengingatkan kembali konsumen.

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah tahap proses pengambilan keputusan membeli produk oleh konsumen, dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian.

### **Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen yang loyal terhadap suatu produk tentu saja menguntungkan bagi produsennya karena konsumen akan terus berusaha mencari produk yang diinginkannya.

## **METODE PENELITIAN**

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMS tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian koran joglosemar. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *random sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang, berasal dari mahasiswa UMS. Adapun metode analisis data yang digunakan untuk menguji layak tidaknya suatu pertanyaan dalam koesioner adalah uji validitas dan uji reabilitas. Untuk uji asumsi klasik untuk mengetahui

ada dan tidaknya penyimpangan dalam model regresi terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Untuk uji hipotesis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## HASIL PENELITIAN

### 1. Uji Deskriptif Responden

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari penyebaran kuisioner, maka uji deskriptif responden penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, fakultas, dan minat terhadap koran joglosemar.

- a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin  
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Distribusi Frekuensi Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Pria	63	63%
2.	Wanita	37	37%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah

- b. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

#### Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

No	Tingkat Usia	Distribusi Frekuensi Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	17 - 20 tahun	75	75%
2.	21 – 23 tahun	25	25%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah

- c. Distribusi Responden Berdasarkan Fakultas

#### Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Fakultas

No.	Fakultas	Distribusi	Frekuensi
		Responden	
		Frekuensi(orang)	Persentase (%)
1.	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	29	29%
2.	Ekonomi dan Bisnis	14	14%
3.	Komunikasi dan Informatika	8	8%
4.	Teknik	36	36%
5.	Agama Islam	3	3%
6.	Hukum	5	5%
7.	Ilmu Kesehatan	4	4%
8.	Kedokteran	1	1%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah

- d. Distribusi Responden Berdasarkan yang lebih berminat terhadap koran joglosemar dibandingkan dengan koran lain.

Distribusi Frekuensi Berdasarkan minat terhadap koran joglosemar

No.	keterangan	Distribusi Frekuensi Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Ya	14	14%
2.	Tidak	86	86%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah

**2. Uji Deskriptif Data**

Uji deskriptif data bertujuan untuk mendeskripsikan data berdasarkan total skor dari variabel

penelitian bila dilihat dari nilai *minimum, maximum, mean, standard deviation.*

Hasil Uji Deskripsi Data Penelitian

Variabel Penelitian	Hasil Penelitian			
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev
Kualitas Produk ( $X_1$ )	14	31	18,25	2,865
Harga ( $X_2$ )	6	15	11,59	1,498
Promosi ( $X_3$ )	8	19	14,63	2,255
Keputusan Pembelian (Y)	10	23	17,70	2,529

Sumber: Data Primer Diolah (Lampiran 5)

**3. Uji Variabel Penelitian**

Uji variabel penelitian adalah uji yang digunakan untuk mengetahui kualitas variabel yang digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data. Variabel penelitian harus diuji kualitasnya dengan uji validitas dan uji reliabilitas data.

menghubungkan antara skor item dengan skor total nilai korelasi (r) dibandingkan dengan angka kritis dalam tabel korelasi.

1. Variabel Kualitas Produk

Item pertanyaan variabel kualitas produk berjumlah 7 item pertanyaan. Hasil uji validitas variabel kualitas produk selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**a. Uji Validitas**

Uji validitas menggunakan Korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson, dengan cara

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No.	Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	kriteria
1.	Kualitas 1	0,540	0,195	Valid
2.	Kualitas 2	0,518	0,195	Valid
3.	Kualitas 3	0,727	0,195	Valid
4.	Kualitas 4	0,711	0,195	Valid
5.	Kualitas 5	0,557	0,195	Valid
6.	Kualitas 6	0,666	0,195	Valid
7.	Kualitas 7	0,683	0,195	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (Lampiran 3)

2. Variabel Harga variabel harga selengkapnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:  
 Item pertanyaan variabel harga berjumlah 3 item pertanyaan. Hasil uji validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Harga

No.	Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kriteria
1	Harga_1	0,863	0,195	Valid
2	Harga_2	0,817	0,195	Valid
3	Harga_3	0,781	0,195	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (Lampiran 3)

3. Variabel Promosi pertanyaan. Hasil uji validitas variabel promosi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:  
 Item pertanyaan dari variabel promosi sebanyak 4 item

Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

No.	Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kriteria
1	Promosi_1	0,801	0,195	Valid
2	Promosi_2	0,665	0,195	Valid
3	Promosi_3	0,833	0,195	Valid
4	Promosi_4	0,627	0,195	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (Lampiran 3)

4. Variabel Keputusan Pembelian validitas variabel keputusan pembelian selengkapnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:  
 Item pertanyaan variabel keputusan pembelian berjumlah 5 item pertanyaan. Hasil uji

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No.	Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kriteria
1	Keputusan_1	0,723	0,195	Valid
2	Keputusan_2	0,708	0,195	Valid
3	Keputusan_3	0,735	0,195	Valid
4	Keputusan_4	0,810	0,195	Valid
5	Keputusan_5	0,686	0,195	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (Lampiran 3)

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) dengan bantuan komputer program SPSS Statistics Version 16.0 for windows yang disajikan pada tabel sebagai berikut.

#### Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel Penelitian	$r_{\alpha}$	$r_{\text{hitung}}$	Kriteria
1	Kualitas Produk	0,749	0,60	Handal
2	Harga Produk	0,757	0,60	Handal
3	Promosi Produk	0,713	0,60	Handal
4	Keputusan Pembelian	0,785	0,60	Handal

Sumber: Data Primer Diolah (Lampiran 3)

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Formula regresi diturunkan dari suatu asumsi data tertentu. Dengan demikian tidak semua data dapat diterapkan regresi. Jika data tidak memenuhi asumsi regresi, maka penerapan regresi akan menghasilkan estimasi yang bias. Jika data memenuhi asumsi regresi maka estimasi beta ( $\beta$ ) diperoleh akan bersifat BLUE (*Best, Linear, Unbiased, Estimator*).

##### a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data dengan menggunakan *One*

*Samples Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh dan nilai KZ sebesar 0,737 dan nilai Asymp.Sig. sebesar 0,649, sehingga data penelitian tersebut berdistribusi normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak. Hasil uji multikolinearitas dengan melihat nilai TOL dan VIF yang disajikan pada tabel berikut:

#### Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	TOL	VIF	Kriteria
Kualitas Produk	0,617	1,622	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga Produk	0,781	1,281	Tidak terjadi multikolinearitas
Promosi Produk	0,686	1,458	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer Diolah (Lampiran 4)

Tabel di atas menunjukkan masing-masing variabel bebas mempunyai nilai  $TOL \geq 0,10$  dan nilai  $VIF \leq 10$ , sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas atau terjadinya hubungan antar variabel bebas.

##### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ketidaksamaan antar varian dari

suatu residual pengamatan ke pengamatan lainnya.

Uji heteroskedastisitas menggunakan *Glejser Test*, yaitu meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen. Selengkapnya disajikan dalam tabel berikut.



#### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	$t_{hitung}$	Prob.	Kriteria
Kualitas Produk	-1,530	0,129	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga Produk	-0,747	0,457	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Promosi Produk	1,969	0,052	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah (Lampiran 4)

- d. Uji Autokorelasi  
 Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah suatu model regresi linier mendapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode satu dengan kesalahan (t-1) pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Dalam penelitian ini langkah awal untuk uji autokorelasi adalah dengan membandingkan besarnya nilai batas lebih tinggi ( $d_U$ ) dengan nilai batas rendah ( $d_L$ ). Selanjutnya melihat lampiran 10 diketahui pada tabel DW diperoleh nilai  $d_L = 1,61$ ,  $d_U = 1,74$  sedangkan nilai  $4-d_L = 2,39$ ,  $4-d_U = 2,26$ , dan diperoleh nilai  $DW = 2,128$  sehingga dapat disimpulkan hasil uji autokorelasi nilai DW terletak antara

$du$  dan  $4-du$  atau  $1,74 > 2,128 > 2,26$ , artinya tidak terjadi gejala autokorelasi positif maupun negatif.

#### 5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk membuktikan apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat dibuktikan kebenarannya atau tidak dapat dibuktikan kebenarannya.

##### a. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Hasil analisis data menggunakan uji regresi linear berganda dengan bantuan komputer program SPSS 16.0 *for windows* disajikan pada tabel sebagai berikut.

#### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Parameter	Coefficiens Regression	Std.Error	$t_{hitung}$	Sig.
Konstanta	1,898	1,935	0,981	0,329
Kualitas Produk	0,306	0,087	3,526	0,001
Harga Produk	0,299	0,177	2,025	0,046
Promosi Produk	0,316	0,105	3,020	0,003
F-Statistics	23,951	R Square	0,428	
Probability	0,000	Adjusted R Square	0,410	

Sumber: Data Primer Diolah (Lampiran 6)

Hasil perhitungan di atas maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,898 + 0,306X_1 + 0,299X_2 + 0,316X_3 + e$$

Interpretasi:

- 1) Nilai konstanta bernilai positif sebesar 1,898, artinya keputusan pembelian positif jika kualitas, harga, dan promosi bernilai konstan.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk bernilai positif sebesar 0,306, artinya apabila kualitas produk ditingkatkan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel harga produk bernilai positif sebesar 0,299, artinya apabila harga produk terjangkau mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel promosi produk bernilai positif sebesar 0,316, artinya apabila tingkat promosi produk ditingkatkan mengakibatkan

peningkatan keputusan pembelian.

- 5) Nilai koefisien regresi variabel promosi ( $b_3$ ) paling signifikan dibandingkan dengan variabel kualitas dan harga. Artinya variabel promosi berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

b. Uji t

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Hasil uji t dengan bantuan komputer program SPSS Statistics Version 16.0 *for windows* selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 6 dan disajikan kembali pada tabel sebagai berikut :

Hasil Uji t

No	Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig.	Kriteria
1	Kualitas Produk	3,526	1,664	0,001	Berpengaruh signifikan
2	Harga Produk	2,025	1,664	0,046	Berpengaruh signifikan
3	Promosi Produk	3,020	1,664	0,003	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data Primer Diolah (Lampiran 6)

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat dalam model secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan diperolehnya nilai  $F_{hitung} = 23,951$  lebih besar dari  $F_{tabel} = 2,70$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama kualitas, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi menunjukkan persentase variabel dependen yang dapat dijelaskan persamaan regresi yang dihasilkan. Hasil perhitungan dengan bantuan komputer Program IBM SPSS Statistics Version 16 diperoleh nilai koefisien determinasi Adjusted R Square = 0,410. Artinya keputusan pembelian dijelaskan oleh kualitas produk, harga dan promosi sebesar 0,410 atau 41%. Sedangkan sisanya 59% ( $100\% - 41\% = 59\%$ ) dijelaskan

oleh variabel bebas lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis data tersebut di atas maka dapat dijelaskan hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang telah dikemukakan di atas.

#### **1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian koran joglosemar pada Mahasiswa UMS.**

Hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS, hal ini ditunjukkan diperolehnya  $\rho$  value sebesar 0,001 ( $\rho < 0,05$ ).

#### **2. Pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian koran joglosemar pada Mahasiswa UMS.**

Hasil penelitian diketahui bahwa harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS, hal ini ditunjukkan diperolehnya  $\rho$  value sebesar 0,046 ( $\rho < 0,05$ ).

#### **3. Pengaruh Promosi Produk terhadap Keputusan Pembelian koran joglosemar pada Mahasiswa UMS.**

Hasil penelitian diketahui bahwa promosi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS, hal ini ditunjukkan diperolehnya  $\rho$  value sebesar 0,003 ( $\rho < 0,05$ ).

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Bab IV, maka dapat disimpulkan :

1. Kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS, hal ini ditunjukkan diperolehnya  $\rho$  value sebesar 0,003 ( $\rho < 0,05$ ).
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS, hal ini ditunjukkan diperolehnya  $\rho$  value sebesar 0,046 ( $\rho < 0,05$ ).
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS, hal ini ditunjukkan diperolehnya  $\rho$  value sebesar 0,001 ( $\rho < 0,05$ ).
4. Kualitas, harga, dan promosi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS, hal ini ditunjukkan diperolehnya  $\rho$  value sebesar 0,000 ( $\rho < 0,05$ ). pada uji F dan didukung oleh hasil uji  $R^2$  dimana diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,410.
5. Promosi produk merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS, hal ini ditunjukkan dengan diperolehnya nilai koefisien regresi ( $b_3$ ) = 0,316 lebih besar dari  $b_1 = 0,306$  dan  $b_2 = 0,299$ .

### **Keterbatasan Penelitian**

Beberapa hal yang menjadikan keterbatasan pada penelitian ini antara lain adalah :

1. Jumlah sampel penelitian yang hanya 100 pelanggan koran joglosemar di UMS.
2. Variabel independen hanya terbatas pada variabel kualitas, harga, dan

promosi produk sebagai pengukuran keputusan pembelian.

### **Saran untuk penelitian yang akan datang**

Berdasarkan simpulan diatas, maka saran-saran yang penulis sampaikan antara lain:

1. Peneliti selanjutnya, sebaiknya menambah variabel bebas lain, seperti distribusi, komunikasi, tingkat kepuasan, marketing mix, strategi pemasaran, bentuk produk dan sebagainya agar dapat memprediksi tinggi-rendahnya keputusan pembelian yang lebih baik.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel serta mencari faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk oleh pelanggan.

### **Saran untuk perusahaan**

1. Bagi pihak joglosemar, hasil penelitian diketahui variabel promosi produk ( $X_3$ ) yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, dianjurkan mempertahankan atau bahkan lebih meningkatkan promosi produknya agar minat beli masyarakat terhadap koran joglosemar tetap baik bahkan meningkat lagi.
2. Selain itu, pihak joglosemar diharapkan lebih meningkatkan kualitas produknya, agar masyarakat lebih tertarik untuk membeli Koran joglosemar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Evelina, Nela. Handoyo DW, dan Sari Listyorini. 2012. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promoi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi. Diponegoro Journal of Social and Politic*. Hal. 1-11.
- Ginting, Maretta dan Tarwiyah. Januari 2013. *Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung – Warung Makan kaki lima Jl. Sei Deli Medan. Jurnal manajemen Bisnis STIE IBBI Vol. 19, No. 1*.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.
- Gujarati, Damodar dan Sumarno Zain. 1995. *Ekonometrika Dasar*. Cetakan keempat. Jakarta : Erlangga.
- Hariadi, Doni dan Soebari Martoatmojo. Januari 2013. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 1, No. 2*. Hal : 67-87.
- Indriyanti. 2013.” Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Buku di Togamas Jl. Dr. Moewardi 21 Solo ”, *Skripsi*. Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nasucha, Yakub. dkk. 2013. *Bahasa Indonesia untuk Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Edisi Revisi. Yogyakarta : Media Perkasa.
- P. Angipora, Marius. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kedua*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Purwanto, Asih. 2008.”Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio”, *Skripsi*. Surakarta. Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Purwati, Setiawan. Heri, dan Rohmawati. September 2012. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor honda Matic Beat. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi. Politeknik Negeri Sriwijaya Vol. 2, No. 3*. Hal : 260-277.
- Sinambela, Sarton dan Rohyati. 2007. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT Aquasolve Sanaria. Ekonomika : Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume III No. 1 Maret 2007*. Hal : 15-81.
- Subagyo, Pangestu dan Djarwanto. 2005. *Statistika Induktif Edisi 5*. Yogyakarta : BPFE.
- Sumawihardja, Surachman. dkk. 1986. *Intisari Manajemen Pemasaran*. Cetakan keempat. Bandung : Remadja Karya CV Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama,

Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Suti, Intan. 2010. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Esia (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)" ,*Skripsi*. Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Team Laboratorium Manajemen. 2012. *Komputer Statistik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Management Departement Economic Faculty*, Uninersitas Muhammadiyah Surakarta.

Widagdo, Herry. September 2011. *Analisis Pengaruh Layanan dan Promoi terhadap Keputusan konsumen*

*Membeli Komputer pada PT. XYZ Palembang. Jurnal Ilmiah STIE MDP Vol. 1, No. 1. Hal. 1-10.*

Wiyadi. 2011. *Manajemen Pemasaran (Strategi dan Program)*. Cetakan 1. Surakarta: Smart Media.

[WWW.Google.com](http://WWW.Google.com)

Yulianto, Aan Eka. 2014. "Pengaruh Motivasi kerja, Disiplin kerja, dan Kualitas kerja Terhadap Kinerja Karyawan RS. Asy-Syifa Sambi", *Skripsi*. Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Yulianto, Teguh. *Analysis of effect of Product Quality, Price, and Promotion decisions to Purcuse Nokia Mobile Brands*. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang. Hal : 129 – 144.