

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM KEMASAN MEREK AQUA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS)**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

HERRY SUSANTO

B100120341

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

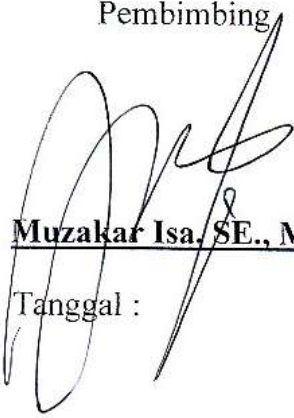
PERSETUJUAN
ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM KEMASAN MEREK AQUA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS)

Disusun oleh :

HERRY SUSANTO
B100120341

Disetujui Untuk Dipertahankan Dihadapan
Dewan Penguji Skripsi Sarjana Strata – 1

Pembimbing


Muzakar Isa, SE., M.Si.

Tanggal :

PENGESAHAN
ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM KEMASAN MEREK AQUA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

HERRY SUSANTO
B100120341

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal. 29 Juli 2016

Dan telah dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji :

- | | |
|-----------------------------|---------|
| 1. Muzakar Isa, SE., M.Si. | (.....) |
| 2. Sri Murwanti, SE., M.Si. | (.....) |
| 3. Ahmad Mardalis, SE, MBA. | (.....) |

Surakarta, 29 Juli 2016

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dekan,




Dr. Trivono, SE., M.Si.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, 7 Juni 2016

Penulis



HERRY SUSANTO
B100120341

MOTTO

Allah mengangkat orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan, beberapa derajat.

(Q.S. Al-Mujadalah: 11)

Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan karena itu bila engkau telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah urusan yang lain dengan tekun

(Q.S. AlamaNasyrah : 6-7)

Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya. Dan bahwasanya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya). Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna.

(Q. S. An-Najm: 39-41)

PERSEMBAHAN

Seiring dengan sembah sujud pada Allah SWT, skripsi ini kupersembahkan kepada:

- Bapak dan Ibu tercinta yang senantiasa memberikan doa, perhatian, nasehat, kasih sayang dan pengorbanan yang begitu besar pada penulis
- Seluruh keluarga besarku, terima kasih atas do'anya.
- Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2012
- Ayu Aryani yang selalu memberikan motivasi dan semangat
- Almamaterku.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM KEMASAN MEREK AQUA (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS)”**.

Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Triyono, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si., selaku ketua Prodi Manajemen yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.

3. Muzakar Isa, SE., M.Si., selaku pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang tidak henti-hentinya memberikan ilmu selama ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun tentunya akan menjadikan karya kecil ini lebih baik dan bermanfaat. Kiranya hanya ucapan terima kasih yang dapat peneliti berikan, semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak/Ibu/Saudara dengan pahala yang berlipat ganda. Akhir kata semoga karya ini dapat berguna bagi semua pihak dan dapat menambah khasanah keilmuan yang ada.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 7 Juni 2016

Penulis

HERRY SUSANTO
B100120341

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LatarBelakangMasalah	1
B. RumusanMasalah	4
C. TujuanPenelitian.....	4
D. ManfaatPenelitian.....	5
BAB II TINJAUN PUSTAKA	6
A. LandasanTeori	6
1. KeputusanPembelian	6
2. Harga	10

3. Kualitas produk	12
4. Merek.....	14
5. Promosi.....	19
B. Penelitian Yang Relevan	24
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	29
B. Data dan Sumber Data.....	30
C. Metode Pengumpulan Data	31
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
E. Metode Analisis Data	35
1. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner	35
2. Uji Asumsi klasik	36
3. Analisis Regresi Linear Berganda	38
4. Uji Hipotesis	39
5. Koefisien determinasi (R^2)	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Deskripsi Responden.....	42
B. Deskripsi Data.....	45
C. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	49
D. Uji Asumsi Klasik.....	51
1. Hasil Uji Normalitas	51

2. Hasil Uji Multikolinieritas	52
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
4. Hasil Uji Autokorelasi	53
E. Analisis Regresi Linier Berganda	54
F. Pembuktian Hipotesis	56
1. Uji F	56
2. Uji t	56
3. Koefisien Determinasi	58
G. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	43
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	43
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua	44
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua	45
Tabel 4.5. Deskripsi Data Variabel Harga	46
Tabel 4.6. Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 4.7. Deskripsi Data Variabel Merek	47
Tabel 4.8. Deskripsi Data Variabel Promosi	48
Tabel 4.9. Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.10. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.11. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.14. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka penelitian.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Skor Jawaban Kuesioner

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Harga (X_1)

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kualitas Produk (X_2)

Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Merek (X_3)

Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Promosi (X_4)

Lampiran 7. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 8. Data Penelitian

Lampiran 9. Uji Normalitas

Lampiran 10. Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 11. Analisis Regresi Linear Ganda

Lampiran 12. Tabel-Tabel Statistik

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM KEMASAN MEREK AQUA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS)**

**HERRY SUSANTO
B100120341**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian air minum kemasan merek aqua. 2) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian air minum kemasan merek aqua. 3) pengaruh merek terhadap keputusan pembelian air minum kemasan merek aqua. 4) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian air minum kemasan merek aqua. 5) pengaruh harga, kualitas produk, merek dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian air minum kemasan merek aqua

Populasi yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan atau pernah membeli aqua. Jumlah sampel yang digunakan 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* insidental. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis yaitu uji t dan uji F. Sebelum menggunakan analisis regresi linier berganda, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa: 1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. 2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. 3) Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. 4) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan dari hasil uji F menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, merek dan promosi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Nilai *R Square* sebesar 0,501 artinya bahwa 50,1% perubahan keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh perubahan dari variabel independen (harga, kualitas produk, merek dan promosi).

Kata kunci: harga, kualitas produk, merek, promosi dan keputusan pembelian konsumen

ANALYSIS OF EFFECT OF PRICE, QUALITY PRODUCTS, BRAND PROMOTION AND BUYING DECISIONS BRAND AQUA WATER PACKAGING

(A Case Study of Faculty of Economics and Business of UMS)

ABSTRAK

This study aimed to analyze: 1) the effect of price on purchase decisions aqua bottled water brands. 2) the impact of product quality on purchase decisions aqua bottled water brands. 3) brand influence on purchasing decisions aqua bottled water brands. 4) the effect of promotions on purchase decisions aqua bottled water brands. 5) the effect of price, product quality, brand and promotion together on purchasing decisions aqua bottled water brand.

Populations that are objects of this study are students of the Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Surakarta that use or have ever bought aqua. The samples used 100 respondents. The sampling technique used in this study is incidental sampling. The method used in this research is by using multiple linear regression analysis to test the hypothesis that the t test and F test Before using multiple linear regression analysis, performed classical assumption beforehand.

Based on t test results showed that: 1) Prices positive and significant impact on consumer purchasing decisions. 2) Quality of products positive and significant impact on consumer purchasing decisions. 3) Brand positive and significant impact on consumer purchasing decisions. 4) The promotion of positive and significant impact on consumer purchasing decisions. While the results of the F test showed that price, product quality, brand and promotion simultaneously have influence on consumer purchasing decisions. Rated R Square of 0,501 artinya that 50.1% change in consumer purchasing decisions can be explained by a change of independent variables (price, product quality, brand and promotion).

Keywords: price, product quality, branding, promotion and consumer purchasing decisions