

**PENGARUH KESESUAIAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM
(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

MUHAMMAD FAISAL RIZA
B 100 140 449

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

“PENGARUH KESESUAIAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta) “

Yang disusun oleh :

MUHAMMAD FAISAL RIZA

B 100 140 449

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 24 Juni 2019

Pembimbing Utama



(Drs. Moechammad Nasir, M.M.)

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



(Dr. Syamsudin, M.M.)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **MUHAMMAD FAISAL RIZA**

NIRM : **B 100 140 449**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **“PENGARUH KESESUAIAN HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK
HARUM (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Surakarta)”.**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **23** April 2019

Yang membuat pernyataan,

MUHAMMAD FAISAL RIZA

MOTTO

“Nikmatilah Prosesnya Ketimbang Hasilnya”.

(Warren Buffet)

Jangan menyerah atas impianmu, impian memberimu tujuan hidup. Ingatlah,
sukses bukan kunci kebahagiaan, kebahagiaanlah kunci sukses.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan bagi kita semua.
2. Khatamul Anbiya Muhammad SAW, semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. Orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
4. Sahabat–sahabatku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah sekalian.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kesesuaian Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Syamsudin, SE, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE., M.Si., Ph.D, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Rini Kuswati SE., M.Si, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh studi.
4. Bapak Moehammad Nasir, SE.,M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penulisan dalam menempuh skripsi.

5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Ibu dan ayah tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 23 April 2019

Penulis

Muhammad Faisal Riza

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran	21
D. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	25
B. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	26
C. Pengambilan Sampel	28
D. Teknik Pengambilan Sampel (<i>Sampling</i>)	29
E. Pengukuran dan Skala Interval	29
F. Uji Instrumen Data	30

	G. Metode Analisis Data	32
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Frekuensi Responden	37
	B. Uji Instrumen Data	41
	C. Analisis Data	44
	D. Pembahasan	49
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	52
	B. Keterbatasan Penelitian.....	52
	C. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Alasan Konsumen Melakukan Keputusan Pembelian	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Populasi Mahasiswa UMS Program Studi Manajemen	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	40
Tabel 4.5 Hasil Uji KMO MSA & <i>Bartlett's Test</i>	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Pattern Matrix</i> ^a	42
Tabel 4.7 Hasil Reliabilitas Penelitian	43
Tabel 4.8 Analisis Regresi	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

Lampiran 2. Hasil Analisis Identitas Responden

Lampiran 3. Hasil Analisis Jawaban Responden

Lampiran 4. Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesesuaian harga dan promosi terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum. Studi yang dilakukan pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi dan bisnis UMS. Sampel yang diambil dalam studi tersebut sebanyak 100 responden konsumen yang pernah membeli teh pucuk harum. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa harga dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam model yang dibentuk variabel kesesuaian harga dan promosi mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 24,3% dan sisanya 75,7% masih dipengaruhi variabel lainnya.

Kata kunci: Kesesuaian Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of prices, and promotion of the decision to purchase Teh Pucuk Harum. Studies conducted at UMS faculty of economics and business management students. The sample taken in the study was 100 respondents who had bought Teh Pucuk Harum. The analytical method used is multiple linear regression analysis, validity and reliability test. Based on the results of the analysis found, it can be explained that prices and promotions have a positive and significant influence on purchasing decisions. In the model formed price and promotion variables are able to explain the purchase decision variable by 24.3% and the remaining 75.7% is still influenced by other variables.

Keywords: Price, Promotion, Purchase Decision