

**MINAT BELI MEMEDIASI PENGARUH PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMU
JAHE MERAH PANJI HERBAL DI
KECAMATAN BULELENG**



**OLEH
KADEK GITA CHANDRA HANDAYANI**

NIM 1917041018

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2023

**MINAT BELI MEMEDIASI PENGARUH PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMU
JAHE MERAH PANJI HERBAL DI
KECAMATAN BULELENG**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**

**Oleh
Kadek Gita Chandra Handayani
NIM 1917041018**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2023

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Menyetujui

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805032018031001

Skripsi oleh Kadek Gita Chandra Handayani ini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 20 Oktober 2023

Dewan Penguji,



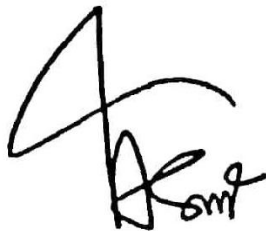
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 19820729 201012 2 003

(Ketua)



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805032018031001

(Anggota)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.
NIP. 198505042015042001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 20 Oktober 2023

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M. Si.
NIP. 19681029 199303 2 001

Sekretaris Ujian,



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Minat Beli Memediasi Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jamu Jahe Merah Panji Herbal di Kecamatan Buleleng” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 20 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,



Kadek Gita Chandra Handayani
NIM. 1917041018

MOTTO

“Berpenampilan sederhana, tapi kaya akan kreatifitas, harta, dan kasih sayang.”



KATA PERSEMBAHAN

“Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas asung kerta wara nugraha Ida yang diberikan, skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu”

“Kepada pembimbing Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. dan Rahutama Atidira, S.T.,M.M., yang senantiasa penuh tanggung jawab, memberikan, saran, bimbingan, dan pengarahan hingga skripsi ini dapat diselesaikan”

“Kepada kedua orang tua tercinta Made Edy Wijaya (Bapak) dan Made Asriyani (Ibu) yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan cinta kasih yang tiada henti di setiap langkah perjalanan dalam hidup saya”

“Kepada saudara tersayang Gede Hardy Surya Cipta, serta orang istimewa yaitu I Putu Yogi Arya Saputra yang telah memberikan semangat serta motivasi dengan tulus”

“Teruntuk sahabat dan teman-teman Jurusan S1 Manajemen dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang tidak pernah bosan dalam memberikan ucapan semangat sehingga saya dapat mengerjakan skripsi ini dengan baik, terimakasih atas semangat dan motivasi yang kalian berikan”

“Akhir kata, skripsi ini saya persembahkan kepada semua orang yang telah terlibat dalam memberikan doa, semangat dan membantu dalam menghadapi kesulitan-kesulitan yang saya alami selama proses mengerjakan skripsi ini”

.....Terimakasih.....

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Minat Beli Memediasi Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jamu Jahe Merah Panji Herbal di Kecamatan Buleleng”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha, yang telah memberikan kesempatan untuk menjadi mahasiswa dan kuliah di Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, yang sudah memberikan fasilitas dalam menjalankan perkuliahan di Fakultas Ekonomi.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha, yang telah membimbing saya dalam mengikuti perkuliahan di Program Studi S1 Manajemen dan membimbing dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, yang telah membimbing saya dalam mengikuti perkuliahan di Program Studi S1 Manajemen.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh tanggung jawab, kesabaran, memberikan masukan serta pengarahan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Rahutama Atidira, S.T., M.M., selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh tanggung jawab, kesabaran, memberikan masukan serta pengarahan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu dalam memberikan informasi, pelayanan, dan petunjuk selama proses perkuliahan.
9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku literatur yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
10. Kedua Orang Tua tercinta (Made Edy Wijaya dan Made Asriyani), Saudara tersayang Gede Hardy Surya Cipta, seluruh anggota keluarga, serta I Putu Yogi Arya Saputra yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, inspirasi, dan tentunya yang paling utama yaitu dukungan berupa materi dan non materi baik itu sarana dan prasarana yang sangat mendukung sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan.
11. Sahabat-sahabat tercinta yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu bisa diajak berjuang bersama-sama dari awal semester hingga saat ini, saling memberikan semangat, motivasi, selalu ada baik di saat suka maupun duka.
12. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2019
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 20 Oktober 2023



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
2.1 Teori Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.2 Keputusan Pembelian.....	11
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	12
2.2.3 Dimensi Keputusan Pembelian	15
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.3 Promosi	16
2.3.1 Pengertian Promosi	16
2.3.2 Dimensi Promosi	17
2.3.3 Indikator Promosi	18
2.4 Minat Beli	19
2.4.1 Pengertian Minat Beli.....	19

2.4.2 Dimensi Minat Beli	19
2.4.3 Indikator Minat Beli	20
2.5 Penelitian Relevan Sebelumnya.....	20
2.6 Hubungan antar Variabel	25
2.6.1 Promosi bagi Keputusan Pembelian	25
2.6.2 Promosi bagi Minat Beli	26
2.6.3 Minat Beli bagi Keputusan Pembelian.....	26
2.6.4 Minat Beli Memediasi Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian.....	26
2.7 Kerangka Berpikir.....	27
2.8 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
3.2 Rancangan Penelitian.....	30
3.3 Subyek dan Obyek Penelitian	30
3.3.1 Subyek Penelitian	30
3.3.2 Obyek Penelitian	31
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	31
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.5.1 Jenis Data	32
3.5.2 Sumber Data	32
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.6.1 Populasi Penelitian	32
3.6.2 Sampel Penelitian	33
3.7 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	33
3.7.1 Teknik Pengumpulan Data	33
3.7.2 Instrumen Pengumpulan Data	34
3.8 Kajian Validitas dan Reliabelitas Instrumen.....	34
3.8.1 Kajian Validitas	34
3.8.2 Kajian Reliabelitas.....	36
3.9 Teknik Analisis Data.....	36

3.10 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	37
3.10.1 Sub-Struktur Pengujian H_1	37
3.10.2 Sub-Struktur Pengujian H_2	38
3.10.3 Sub-Struktur Pengujian H_3	38
3.10.4 Sub-Struktur Pengujian H_4	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Data.....	42
4.2 Hasil Analisis Jalur	43
4.3 Pengujian Mediasi Minat Beli pada Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian.....	45
4.4 Pengujian Hipotesis.....	46
4.4.1 Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian (H_1).....	46
4.4.2 Pengaruh Promosi bagi Minat Beli (H_2).....	47
4.4.3 Pengaruh Minat Beli bagi Keputusan Pembelian (H_3).....	47
4.4.4 Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli (H_4).....	48
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.5.1 Promosi bagi Keputusan Pembelian.....	49
4.5.2 Promosi bagi Minat Beli.....	50
4.5.3 Minat Beli bagi Keputusan Pembelian	52
4.5.4 Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli.....	53
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	55
4.7 Implikasi Penelitian.....	55
4.7.1 Implikasi Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian.....	55
4.7.2 Implikasi Pengaruh Promosi bagi Minat Beli	55
4.7.3 Implikasi Pengaruh Minat Beli bagi Keputusan Pembelian.....	56
4.7.4 Implikasi Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli	56

BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Rangkuman	58
5.2 Simpulan	59
5.3 Saran.....	60
DAFTAR RUJUKAN	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Table 1.1 Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian	4
Table 1.2 Observasi Awal Variabel Promosi	4
Table 1.3 Observasi Awal Variabel Minat Beli	5
Tabel 2.1 Penelitian Relevan Sebelumnya.....	20
Tabel 3.1 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Pembobotan Jawaban Responden	34
Table 3.3 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	35
Table 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 3.5 Sumbangan Pengaruh Variabel X bagi Y dan Dimediasi Z.....	40
Table 4.1 Deskripsi Responden.....	43
Table 4.2 <i>Output</i> SPSS Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli	44
Tabel 4.3 Sumbangan Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jamu Jahe Merah Panji Herbal Dimediasi Minat Beli	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	14
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	28
Gambar 3.1 Sub-Struktur Pengujian H ₁	38
Gambar 3.2 Sub-Struktur Pengujian H ₂	39
Gambar 3.3 Sub-Struktur Pengujian H ₃	40
Gambar 3.4 Sub-Struktur Pengujian H ₄	41
Gambar 4.1 Minat Beli Memediasi Pengaruh Promosi bagi Keputusan Pembelian	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 02. Observasi Awal Penelitian	70
Lampiran 03. Data Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 04. Deskripsi Responden	77
Lampiran 05. Hasil Uji Validitas	78
Lampiran 06. Hasil Uji Reliabilitas	81
Lampiran 07. Hasil Analisis Jalur.....	82

