

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
ULAN CAKE SERIRIT**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program

Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen



OLEH

MAULIDA AMERSELIYA ROSA

NIM 1717041257

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2021

SKRIPSI

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

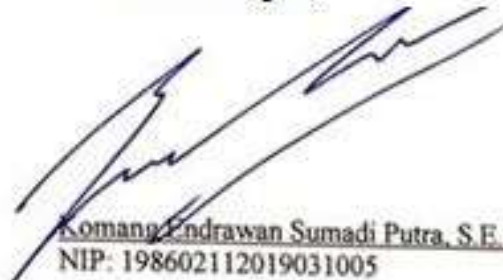
Menyetujui

Pembimbing I,



Ni Nyoman Vuliyanthini, S.E., M.M.
NIP: 198207292010122003

Pembimbing II,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP: 198602112019031005

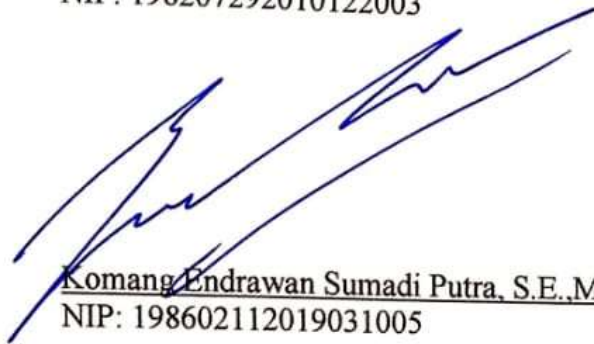
Skripsi Oleh Maulida Amerseliya Rosa ini
Telah dipertahankan didepan dewan penguji
Pada tanggal 6 Agustus 2021

Dewan Penguji,



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

(Ketua)



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP: 198602112019031005

(Anggota)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP: 198502202010121007

(Anggota)

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

Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 19 Oktober 2021

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Komang Krishna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Ulan Cake Seririt” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas aturan keilmuan dalam karya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Singaraja, 6 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



Maulida Amerseliya Rosa
1717041257

PRAKARTA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Ulan Cake Seririt”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Terselesaikan skripsi ini berkat bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat mengatasi hambatan-hambatan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini diucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

- (1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- (2) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.,Ak., M.Si.,CA.,CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- (3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- (4) Komang Krisna Heryanda, S.E.,M.M., selaku koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- (5) Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
- (6) Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
- (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 bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.
- (9) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang

dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.

- (10) Pemilik dan Karyawan Ulan Cake Seririt yang telah memberikan izin penelitian dan banyak membantu untuk melakukan penelitian ini.
- (11) Kedua orang tua (Sumarto dan Siti Chotimah), serta saudara-saudara tercinta yang tiada hentinya selalu memberikan semangat dan dorongan moral dalam menyelesaikan skripsi ini.
- (12) Orang terkasih (Krisna Abdillah Yoga Pratama) terimakasih untuk doa, rasa peduli dan kasih sayang, serta memberikan semangat, saran, tak lupa mengajarkanku arti kerja keras sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- (13) Teman-teman terdekat saya Rika, Ficky, Molly, Budhi, dan Nafira yang selalu membantu, memotivasi, menyemangati, dan tak lupa doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- (14) Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2017.
- (15) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 20 Juli 2021

Penulis,

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
2.1 Deskripsi Teoritis	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.1.2 Faktor Perilaku Keputusan Pembelian	12
2.1.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian	16
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.1.2 Harga	18
2.1.2.1 Pengertian Harga	18
2.1.2.1 Dimensi Harga	19
2.1.2.1 Indikator Harga	20
2.1.3 Promosi	21

2.1.3.1 Pengertian Promosi	21
2.1.3.2 Dimensi Promosi	22
2.1.3.3 Indikator Promosi	22
2.3 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Hubungan Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.2 Hubungan Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.3 Hubungan Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	27
2.4 Kerangka Berpikir	28
2.5 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.2 Rancangan Penelitian	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	31
3.5.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data	34
3.6 Metode dan teknik analisis data	34
3.6.1 Uji Instrumen	35
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)	43
3.6.5 Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Data	46
4.2 Pengujian Asumsi Klasik	46

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.4 Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.5 Pengujian Hipotesis	53
4.5.1 Pengaruh Harga (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	53
4.5.2 Pengaruh Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	53
4.5.3 Pengaruh Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	54
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.6.1 Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Ulan Cake Seririt	54
4.6.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ulan Cake Seririt	56
4.6.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Ulan Cake Seririt	58
4.6.4 Keterbatasan Penelitian	59
4.7 Implikasi Penelitian	60
 BAB V PENUTUP	 62
5.1 Rangkuman	62
5.2 Simpulan	63
5.3 Saran	63
 DAFTAR RUJUKAN	 65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Total Penjualan Ulan Cake Tahun 2019 -2020	4
Tabel 2.1 Studi Empiris dengan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
Tabel 3.2 Variabel, Indikator, dan Skala Pengukura	33
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	38
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.3 Koefesien Determinasi (R^2)	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran tentang Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Ulan Cake Seririt	28
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik Histogram <i>P</i> -plot	47
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heterokedasitas menggunakan <i>Scatterplot</i>	49
Gambar 4.3 Kerangka Pemikiran tentang Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Ulan Cake Seririt	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
Lampiran 01	Data Total Penjualan Ulan Cake Seririt Tahun 2019-2021.....	69
Lampiran 02	Surat Ijin Penelitian	70
Lampiran 03	Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 04	Gambaran Umum Responden.....	75
Lampiran 05	Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Kecil.....	78
Lampiran 06	Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Besar.....	81
Lampiran 07	Daftar Nilai Rtabel Signifikasi 5% Dan 1%.....	90
Lampiran 08	Hasil Output Perhitungan Spss 23 <i>For Windows</i> , Harga (X_1), Promosi (X_2) Dan Keputusan Pembelian (Y).....	91

