PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *PROMOTION MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOSERBA FLAMBOYAN PEHKULON

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Ekonomi (S.E)
Pada progam studi Manajemen

OLEH :

DIANTI AYU WARDANI

NPM: 12.1.02.02.0245

FAKULTAS EKONOMI (FE)
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI
2016

SkripsiOleh:

DIANTI AYU WARDANI
NPM: 12.1.02.02.0245

Judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *PROMOTION MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOSERBA FLAMBOYAN PEHKULON

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada Tanggal : 08 Agustus 2016

Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Sri Aliami
2. Penguji I : Sugiono, Prof., Dr., M.M.
3. Penguji II : Ismayantika Dyah Puspasari, S.E., M.B.A

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo M.M
NIDN. 0717066601

iii

Skripsi Oleh:

DIANTI AYU WARDANI
NPM: 12.1.02.02.0245

Judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *PROMOTION MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOSERBA FLAMBOYAN PEHKULON

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Jurusan Manajeman
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal: ……

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Sri Aliami	**Ismayantika Dyah Puspasari, S.E., M.B.A**
NIDN. 0716086403	**NIDN. 0706108902**

ii

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toserba Flamboyan Pehkulon

Dianti AyuWardani
12.1.02.02.0245
Ekonomi – manajemen
email
Dr. Sri Aliami dan Ismayantika Dyah Puspasari, S.E., M.B.A
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Latar belakang dalam penelitian ini adalah tingkat persaingan didunia usaha sangat ketat, karena setiap pengusaha selalu berusaha meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Para pengusaha harus dapat menentukan strategi pemasaran agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui: (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toserba Flamboyan Pehkulon. (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toserba Flamboyan Pehkulon. (3) *promotion mix ber*pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toserba Flamboyan Pehkulon. (4) kualitas produk, haraga dan *promotion mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toserba Flamboyan Pehkulon.

Variabel bebas dari penelitian ini adalah kualitas produk, harga, *promotion mix*, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah *accident sampling* diperoleh 55 responden. Dan teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik. Penganalisisan data menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toserba Flamboyan Pehkulon. (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toserba Flamboyan Pehkulon. (3) *Promotion mix* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada toserba Flamboyan Pehkulon. (4) Secara bersama-sama atau secara simultan kualitas produk, harga, *promotion mix* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada btoserba Flamboyan Pehkulon. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variable yaitu kualitas produk, harga, dan *promotion mix* memberi peran penting terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas produk, harga, *promotion mix*, dan keputusan pembelian

I. LATAR BELAKANG

Tingkat persaingan dalam dunia usaha sangat ketat, karena setiap pengusaha selalu ingin meningkatkan pangsa pasar dalam memenangkan persaingan. Dengan banyaknya persaingan maka banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk menentukan pilihannya yang sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam proses penyampaian produk kepada pelanggan maka pemasaran dijadikan tolak ukur para pengusaha. Para produsen harus saling berlomba untuk mencari faktor – faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam pengambilan keputusan konsumen akan, dipengaruhi beberapa faktor, khususnya faktor kualitas produk, harga, dan promosi (Ritonga, 2008 : 14).

Menurut Swasta dan Handoko (2008: 110), mengemukakan bahwa, keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak. Keputusan dilihat dari segi kekuasaan untuk membuat keputusan.

Untuk memasarkan suatu barang atau jasa , perusahaan harus menetapkan harga secara tepat. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2008: 345).

Unsur yang sering digunakan dalam pemasaran adalah bauran promosi (*promotion mix*). Kotler dan Amstrong (2008: 116), mengatakan bahwa kombinasi strategi yang paling baik dari unsur – unsur promosi yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Penggunaan berbagai alat dalam promosi merupakan cara terbaik untuk menyampaikan pesan suatu produk kepada target konsumen secara efektif.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian pada konsumen toserba Flamboyan Pehkulon dengan judul " Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Promotion mix* terhadap keputusan pembelian pada Toserba Flamboyan Pehkulon"

II. METODE

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010: 58). Variabel terikat atau variabel dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012: 59). Variabel dependen dalampenelitian ini

adalah keputusan pembelian. Variabel bebas atau independen (X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012: 59). Variabel independen dalam penelitian ini adalah, kualitas produk, harga, dan *promotion mix*. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasi. Penelitian dengan korelasional ini merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengukur tingkat kedekatan variabel – variabel (Reksoatmodjo, 2007: 129). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data – data numerikal (angka-angka) yang diolah dengan metode statistik. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifiknsi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Tempat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah toserba Flamboyan Pehkulon, kecamatan Papar, kabupaten Kediri. Waktu yang diperlukan dalam penelitian ini selama 3 bulan. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dankemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di toserba Flamboyan Pehkulon pada bulan mei sampai juli yang jumlahnya 592 orang. Dalam penelitian ini digunakan teknik *accident sampling* artinya mengambil responden yang sempat ditemui pada saat penelitian secara kebetulan memenuhi kriteria pada saat itu juga. Didasarkan pada pendapat (Sugiyono, 2013: 164), yang menyatakan bahwa sampel yang layak untuk kegiatan penelitian adalah antara 30 s/d 500 orang. Sampel dari penelitian ini sebanyak 55 orang dengan teknik *accident sampling.*

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dan kuesioner sendiri merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiono, 2011: 42).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, data yang diperoleh langsung dari responden. Data primer pada penelitian ini adalah jawaban kuesioner yang sudah diisi oleh responden dan sebelumnya telah diberikan informasi tentang gambaran kuesioner.

III. PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari uji regeresi linear berganda didapatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut:

Y = a + b1x1 + b2x2 + b3x3 + e

= - 7.798+ 0.294 x1 + 0,600 x2 + 0,677x3 + e

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

a. a = -7.798 : Artinya apabila variabel kualitas produk, harga, dan *promotion mix*, diasumsikan memiliki pengaruh yang signifikan maka keputusan pembelian (Y) adalah sebesar -7.798

a. b1= 0.294 : jika variabel kualitas produk (X_1) naik satu satuan maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,294.

b. b2= 0.600 : jika variabel harga (X_2)naik satu satuan maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,600

c. b3= 0.677 : Jika variabel *promotion mix*(X_3) naik satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,677

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.798	3.655		-2.133	.038
	Kualitas Produk	.294	.103	.247	2.848	.006
	Harga	.600	.096	.541	6.278	.000
	Peomotion Mix	.677	.165	.366	4.108	.000

Berdasrkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk sebesar 0,006< 0,05 , hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputisan pembelian. Variabel harga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada tabel diatas *Promotion mix* menunjukkan bahwa *promotion mix* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	429.774	3	143.258	30.460	.000[b]
	Residual	239.863	51	4.703		
	Total	669.636	54			

Uji signifikansi simultan atau bersama-sama (ujistatistik F) menghasilkan nilai F hitung sebesar 30,460 Pada derajat bebas 1 (df1) = jumlah variabel– 1 = 3-1 = 2, derajat bebas 2 (df2), dan derajat bebas 3 (df3) = n-k-1 = 55-2-1= 52, dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independent, nilai F tabel pada taraf kepercayaan signifikan 0,05 adalah 3,195 dengan demikian F hitung = 30,460 < F

tabel = 3,165 dengan tingkat signifikan 0.000. karena probabilitas signifikan lebih kecil (sig > 0,05), maka model regresi dapat dipergunakan untuk memprediksikan keputusan pembelian toserba Flamboyan Pehkulon atau dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (X_1), harga(X_2) dan *promotion mix*(X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toserba Flamboya Pehkulon.

Kualitas produk yang baik akan memberikan kepercayaan kepada konsumen dalam penggunaanya yang kemudian menjadi motivasi konsumen untuk membeli atau menikmati produk tersebut.

Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk mendapatkan barang dengan kualitas bagus.

Harga mempunyai fungsi dalam membantu para pembeli untuk memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai alternative yang tersedia.

Harga merupakan satuan moneter yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan penggunaan suatu baranag atau jasa. Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat agar dapat sukses dalam pemasaran barang atau jasa.

Kegiatan promosi dapat dipandang sebagai suatu bentuk komunikasi dibidang pemasaran. Suatu komunikasi akan berhasil apabila komunikan yakin bahwa konsumen menjadi tahu, senang, dan kemudian membeli produk yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka menjadi kenal tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Gitosudarma. 2012: 285).

KESIMPULAN

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toserba Flamboyan Pehkulon.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toserba Flamboyan Pehkulon.
3. *Promotion mix* berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian pada toserba Flambopyan Pehkulon.

4. Secara bersama – sama atau secara simultan kualitas produk,harga, *promotion mix* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toserba Flamboyan Pehkulon. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu, kualitas produk, harga, dan *promotion mix* memberi peran penting terhadap keputusan pembelian.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Basu Swasta dan T. Hani Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisi Perilaku Konsumen* (edisi 1, cetakan 4). Yogyakarta: BPFE.

Gitosudarmo, Indriyo. 2012. *Manajemen pemasaran*. Edisi kedua belas. Yogyakarta: BPFE

Kotler, Philip dan Amstrong, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Indeks.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung: Alfabeta.

_____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2013. *Metode Penelitian Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

_____. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.