PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV BITHA CATERING KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Tugas Mata Kuliah Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Oleh :

NAMPI WAHYUNI
NPM 12.1.02.02.0533

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2016

Skripsi oleh :

NAMPI WAHYUNI
NPM : 12.1.02.02.0533

Judul :

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV BITHA CATERING KEDIRI

Telah Disetujui dan diajukan kepada Panitia Sidang Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal : 11 Agustus 2016

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Sri Aliami, M.M.	**Poniran Yudho L., S.E., M.M.**
NIDN. 0716086403	NIDN. 0704047301

ii

Skripsi oleh :

NAMPI WAHYUNI
NPM : 12.1.02.02.0533

Judul :

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV BITHA CATERING KEDIRI

Telah dipertahankan didepan Panitia Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UNP Kediri
Pada tanggal : 11 Agustus 2016

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Sri Aliami, M.M.
2. Penguji I : Dr. Samari
3. Penguji II : Poniran Yudho L., S.E., M.M

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. SUBAGYO
NIDN.0717066601

iii

PENGARUH PESEPSI KONSUMEN, HARGA, DAN POMOSI TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV BITHA CATERING KEDIRI

NAMPI WAHYUNI
12.1.02.02.0533
Ekonomi - Manajemen
nampinovabiantoii@gmail.com
Dr. Sri Aliami, M.M. dan Poniran Yudho L., S.E., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Nampi Wahyuni: 12.1.02.02.0533. Pengaruh Persepsi Konsumen, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian CV Bitha Catering Kediri Periode 2016, Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2016.

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa Keputusan Pembelian perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mengelola serta mengalokasikan produk yang dimiliki perusahaan yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi konsumen, harga, dan promosi CV Bitha Catering Kediri serta menganalisis variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Untuk mencapai tujuan tersebut maka di gunakan metode analisis kuantitatif, uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian hipotesis.Pengujian penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan rumus: $Y= a + \beta 1x1 + \beta 2x2 + \beta 3x3 +e$. Keterangan: Y= Keputusan, a= Konstant, β1β2β3= Koefisien Regresi, x1= Persepsi, x2= Harga, x3=Promosi, e=Variabel Pengganggu. Desain penelitian ini menggunakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pembeli di CV Bitha Catering Kediri pada bulan Juni sampai dengan bulan Juli 2016. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan Koefisien Determinasi (R_2). Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu persepsi konsumen, harga dan promosi memiliki koefisien regresi yang bertanda positif, hal ini berarti bahwa ketiga variabel mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan penelitian ini menitik beratkan pada persepsi konsumen, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di CV Bitha Catering Kediri. Dalam pembahasan analisis regresi linier berganda dan pembuktian hipotesis: persepsi konsumen, harga, dan promosi berpengaruh signifikan secara silmultan terhadap keputusan pembelian CV Bitha Catering Kediri. Implikasi dijadikan sebagai penambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang manajemen pemasaran. Memberikan pemikiran bagi instansi dalam upaya merumuskan berbagai kebijakan yang berhubungan dengan persepsi konsumen, harga, promosi dan keputusan pembelian. Saran sebaiknya pimpinan CV Bitha Catering Kediri tetap bersikap baik kepada seluruh pelanggan, memberikan harga yang relatif terjangkau, memberikan jasa kenyamanan kepada pelanggan.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

I. LATAR BELAKANG

Sejalan dengan perkembangan zaman yang semakin maju mengakibatkan perilaku konsumen berubah dalam segi pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan diri konsumen sehingga terjadi persaingan bisnis produk dan jasa bagi para pengusaha. Dari berbagai macam jenis barang ataupun jasa yang ditawarkan semua peluang pada konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginan.

Catering merupakan salah satu bentuk usaha dari industri jasa, dimana produk utamanya adalah penjualan makanan dan minuman dengan pelayanan jasa lainnya yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Pada pengelolaan usahanya, catering menangani penyedia makanan dan minuman ditempat dimana produk usaha itu diselenggarakan atau produk makanan dan minuman di bawa keluar tempat produksinya. Penanganan tersebut mencangkup dua aspek yaitu aspek pertama berkaitan dengan penyediaan makanan dan minuman yang memenuhi kebutuhan konsumen seperti kualitas produk dilihat dari sisi organoleptic dan visual, keamanan, kenyamanan, jumlah yang sesuai dengan pesanan, ketepatan waktu, dan harga yang relative terjangkau bagi konsumen. Aspek kedua berkaitan dengan penjualan makanan dan minuman produk usaha catering.

Service quality hanya dapat di nilai melalui persepsi konsumen yang di dasarkan pada keunggulan layanan. Jadi persepsi yang baik akan timbul jika pelanggan memiliki pengalaman yang baik dan merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh suatu badan usaha.

II. METODE

Metode yang digunakan metode analisis kuantitatif, uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian hipotesis.Pengujian penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan rumus: $Y= a + \beta1x1 + \beta2x2 + \beta3x3 +e$. Keterangan: Y= Keputusan, a= Konstant, $\beta1\beta2\beta3$= Koefisien Regresi, x1= Persepsi, x2= Harga, x3=Promosi, e=Variabel Pengganggu. Desain penelitian ini menggunakan penelitian survei. Populasi penelitian ini adalah seluruh pembeli di CV Bitha Catering Kediri pada bulan Juni sampai dengan bulan Juli 2016. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan Koefisien Determinasi (R_2).

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan analisis regresi berganda bahwa persepsi konsumen (X1) harga (X2) dan promosi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya persepsi konsumen, harga dan promosi mampu menjelaskan perubahan keputusan pembelian, dengan tingkat keakuratan sebesar 56,4%.

Uji secara parsial juga membuktikan bahwa persepsi konsumen, harga dan promosi secara individu berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian. Secara rinci penjelasan masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Variabel persepsi konsumen demokratis koefisien regresi sebesar 0,544 nilai t hitung sebesar 2,323 signifikan pada 0,025 artinya pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh yang diberikan sebesar 54,40%.
2. Variabel harga mempunyai koefisien regresi sebesar 0,344 nilai t hitung sebesar 0,2081 signifikan pada 0,043 artinya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh yang diberikan sebesar 20,81%.
3. Variabel promosi mempunyai koefisian regresi 0,373 nilai t hitung sebesar 3,429 signifikan pada 0,001 artinya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh yang diberikan sebesar 34,29%.
4. Variabel persepsi konsumen, harga dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena menunjukkan nilai signifikan positif lebih dari 50%.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Abideen, Arrens. 2011. *Pengaruh Promosi, Harga & Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karang Melati Demak.* Semarang : Batik tulis Karang Melati Demak. (Skripsi).

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, CV.

Anwar, Moch. Idochi. 2013. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta.

Assauri, Sofjan. 2007. *Dasar, Konsep, dan Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Babin, 2011. *Analisis Pengaruh Promosi & Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan.* Surakarta : Waroeng spesial sambal cabang Gonilan. (Skripsi).

Chandra, 2006. *Pengaruh Promosi, Harga & Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karang Melati Demak.* Semarang : Batik tulis Karang Melati Demak. (Skripsi).

Eva & Lesley, 2007. *Manajemen Pemasaran Studi Kasus Indonesia.* Jakarta : PPM.

Hill, 2006. *Pengaruh Promosi, Harga, & Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karang Mlati.* Semarang : Batik Tulis Karang Mlati Demak. (Skripsi).

Horovitz, 2006. *Analisis Harapan dan Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Kartu Indosat Multimedia Mobile (Im3) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Fakultas Hukum USU.* Sumatera Utara : Universitas Sumatra Utara Nia Riyani. (Skripsi).

Jogiyanto, 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi.* Yogyakarta : Andi Offset.

Kotler, 2008. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (persero) Rayon Makassar Timur.* Makassar : PLN Makassar Uchik Triswandari (Skripsi).

Kotler, 2008. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario.* Semarang : Abrahan Mahendra Bagaskara. (Skripsi).

Kotler & Keller, 2008. *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Produk Jasa.* Makassar: Bank SulSelBar Cab. Utama. (Skripsi)

Kotler & Amstrong, 2008. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Semarang.* Semarang: Dealer Sepeda Motor Honda Vario. (Skripsi).

Kotler, Keller. 2009. *Analisis Pengaruh Promosi & Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan.* Surakarta : Waroeng Spesial Sambal Cabang Gonilan. (Skripsi).

Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* PT Macanan : Jaya Cemerlang.

Kotler dan Keller, 2009. *Menejemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Macanan Jaya Cemerlang, PT.

Kotler, 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan & Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan.* Jakarta : Indomaret Palmerah. (Skripsi).

Lupiyoadi & Hamdani, 2006. *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Produk Jasa.* Makassar: Bank SulSelBar Cab. Utama. (Skripsi).

Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Pengaruh Promosi, Harga & Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karang Melati Demak.* Semarang : Batik tulis Karang Melati Demak. (Skripsi).

Markenis, 2009. *Pemasaran Strategi, Taktik & Kasus.* Yogyakarta : Jelajah Nusa.

Niazi, 2012. *Pengaruh Promosi, Harga & Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karang Melati Demak.* Semarang : Batik tulis Karang Melati Demak. (Skripsi).

Nickels, 2008. *Pengaruh Promosi, Harga & Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karang Melati Demak.* Semarang : Batik tulis Karang Melati Demak. (Skripsi).

Rakhmat, 2007. *Analisis Faktor Persepsi Produk, Harga, Iklan & Psikologis*

terhadap Keputusan Pembelian Pembersih Wajah Ponds oleh Mahasiswa UNP Kediri. Kediri :mahasiswa UNP Kediri. (Skripsi).

Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis.* Jakarta Selatan : Salemba Empat.

Sarlito & Eko, 2009. *Analisa Kesesuaian Harapan dan Persepsi Pengguna Mengenai Kualitas Layanan Arsip Berdasarkan 5 Dimensi Kualitas Jasa (servqual) di Badan Perpustakaan & Kearsipan.* Jawa Timur : Mahasiswa sejarah. (Skripsi).

Sobur, 2009. *Analisa Kesesuaian Harapan dan Persepsi Pengguna Mengenai Kualitas Layanan Arsip Berdasarkan 5 Dimensi Kualitas Jasa (servqual) di Badan Perpustakaan & Kearsipan.* Jawa Timur : Mahasiswa sejarah. (Skripsi).

Swastha, 2007. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Semarang.* Semarang ; Dealer Sepeda Motor Honda Vario. (skripsi).

Swastha & Sukotjo, 2007. *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada Produk Jasa.* Makassar: Bank SulSelBar Cab. Utama. (Skripsi).

Sugihartono, 2007. *Analisis Faktor Persepsi Produk, Harga, Iklan & Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Pembersih Wajah Ponds oleh Mahasiswa UNP Kediri.* Kediri :mahasiswa UNP Kediri. (Skripsi).

Sugiyono, 2013. *Analisis Kualitas Produk, Persepsi terhadap Harga Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian di Distro Corner Attack Kediri.* Kediri : Distro Corner Attack. (Skripsi).

Sugiyono, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan.* Jakarta : Indomaret Palmerah. (Skripsi).

Sugiono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Supramono dan Joni, 2005. *Desain proposal Penelitian Studi Pemasaran.* Yogyakarta : Andi.

Tantrisna, 2008. *Analisis Harapan dan Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Kartu Indosat Multimedia Mobile (Im3) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Fakultas Hukum USU.* Sumatera Utara : Universitas Sumatra Utara Nia Riyanti. (Skripsi).

Tjiptono, 2006. *Pengaruh Promosi, Harga & Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karang Melati Demak.* Semarang : Batik tulis Karang Melati Demak. (Skripsi).

Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta : Andi Offset.

Wijaya, 2006. *Pengaruh Promosi, Harga & Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karang Melati Demak.* Semarang : Batik tulis Karang Melati Demak. (Skripsi).