

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAF FRIED CHICKEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

BAGUS NUR AFIAN

(201810160311036)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAF FRIED CHIKEN**

Oleh :
Bagus Nur Afian
201810160311036

Diterima dan disetujui
pada tanggal 23 Juli 2025

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Eko Handayanto, M.M.

Novi Puji Lestari, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAF FRIED CHIKEN

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Bagus Nur Afian
NIM : 201810160311036
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 23 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Eko Handayanto, M.M.
Pembimbing II : Novi Puji Lestari, S.E., M.M.
Penguji I : Fika Fitriyanti, S.E., M.M., Ph.D.
Penguji II : Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

CS Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR ORISINILITAS

LEMBAR ORISINILITAS

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Bagus Nur Afian
NIM : 201810160311036
Program Studi : Manajemen
Surel : bagus.afian28@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 20 Agustus 2025

Yang Menyatakan.



METERAI
TEMPEL
2B67AANX026651996

Bagus Nur Afian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICES AND PROMOTIONS ON PURCHASING DECISIONS AT KAF FRIED CHICKEN

Bagus Nur Afian¹, Eko Handayanto, Dr., M.M.², Novi Puji Lestari, SE., MM.³

^{1,2,3}Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Corresponding E-mail: *bagus.afian.28@gmail.com*

This study aims to analyze the influence of price and promotion on consumer purchasing decisions at KAF Fried Chicken. This study used a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 respondents, who were KAF Fried Chicken consumers. The collected data were analyzed using multiple regression analysis to test the research hypotheses. The results showed that both price (X1) and promotion (X2) partially had a significant influence on purchasing decisions (Y). Simultaneously, price and promotion also significantly influenced purchasing decisions. These findings indicate that competitive pricing considerations and effective promotional strategies are crucial in driving consumer purchasing decisions at KAF Fried Chicken. The practical implication of this study is the need for KAF Fried Chicken to continuously monitor and adjust its pricing policy and optimize its promotional strategy to attract and retain consumers.

Keywords: Price, Promotion, Purchasing Decision, KAF Fried Chicken

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAF FRIED CHICKEN

Bagus Nur Afian¹, Eko Handayanto, Dr., M.M.², Novi Puji Lestari, SE., MM.³

^{1,2,3}Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Corresponding E-mail: *bagus.afian.28@gmail.com*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada KAF Fried Chicken. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen KAF Fried Chicken. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga(X1) maupun promosi(X2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y). Secara simultan, harga dan promosi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa pertimbangan harga yang kompetitif dan strategi promosi yang efektif sangat penting dalam mendorong keputusan pembelian konsumen di KAF Fried Chicken. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya KAF Fried Chicken untuk terus memonitor dan menyesuaikan kebijakan harga serta mengoptimalkan strategi promosi guna menarik dan mempertahankan konsumen.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, KAF Fried Chicken

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan taufiqNya, sehingga Skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAF FRIED CHICKEN”**, dapat terselasaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Teriring do’a dan shalawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W, Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para shuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si.
2. Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.
3. Ketua Program Studi Manajemen, Dr. Nurul Asfiah, M.M.,
4. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing, Bapak Eko Handayanto, Dr., M.M. dan Ibu Novi Puji Lestari, SE., M.M.
5. Bapak/Ibu Dosen Penguji
6. Secara khusus, orang tua dan keluarga tercinta Bapak Suharto dan Ibu Fasihatun dan seluruh teman saya yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Hanya ungkapan terima kasih dan do’a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternialai. Aamiin Yaa Rabbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembakan karya tulis ini kepada siapapun yang membutukannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya selanjutnya. Terima kasih.



Bagus Nur Afian

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Tinjauan Pustaka	9
1. Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	10
C. Kerangka Pemikiran	20
D. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Lokasi Penelitian	23
B. Jenis Penelitian	23
C. Populasi dan Sampel	24
1. Populasi	24
2. Sampel	24
D. Teknik Pengambilan Sampel	24
E. Definisi Operasional Variabel	25
F. Jenis dan Sumber data	26
G. Teknik Pengumpulan Data	27
H. Penskalaan Data	27
I. Uji Instrumen	28

1. Uji Validitas	28
2. Uji Reabilitas	29
J. Uji Asumsi Klasik	29
1. Uji Normalitas.....	29
2. Uji Multikolinieritas.....	30
3. Uji Heteroskedastisitas.....	30
K. Teknik Analisis Data.....	31
L. Pengujian Hipotesis	32
1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	32
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum	34
1. Gambaran Umum Perusahaan	34
2. Karakteristik Responden	34
B. Hasil Penelitian.....	35
C. Pembahasan	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Harga di KAF Fried Chicken.....	4
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3. 2 Teknik Penskalaan Data.....	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	35
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Validitas.....	36
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Reabilitas	37
Tabel 4. 5 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	40
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	41
Tabel 4. 7 Persamaan Regresi	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji t.....	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefesien Determinasi	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	20
Gambar 4. 1 Histrogam Uji Normalitas	38
Gambar 4. 2 Hasil P-Plot Uji Normalitas.....	39
Gambar 4. 3 Hasil Scatterplot Uji Heterokedastisitas.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisiener Responden.....	56
Lampiran 2.Tabulasi Data.....	58
Lampiran 3.Uji Instrumen.....	66
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik	69
Lampiran 5. Uji Regresi Linier Berganda dan Uji koefisien Determinasi R^2	71
Lampiran 6.Uji Hipotesis.....	72



DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, S., Eliza, S., Fatma, F., & Zainuddin, M. A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 57–74.
- Al Idrus, S. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Angipora, A. (2007). *Dasar–Dasar Pemasaran*. (2nd ed., Vol. 2). PT. Raja Grafindo Persada.
- Arianty, N. (2013). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari Pada PT. Indosat Tbk. Medan. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 13(1).
- Arikunto, S., & Tanzeh, A. (2020). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 43, 22–34.
- Aryani, D. N., Yusda, D. D., Diwyarthi, N. D. M. S., & Setianti, Y. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2438–2443.
- Basri, A., Ernawati, F. Y., & Heridiansyah, J. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAT MERK TOA PADA CV. ANUGERAH PRATAMA SEMARANG. *JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–36.
- Fadil, Z., & Utama, P. (2015). *Teknik Marketing Itu Mudah (Perencanaan Marketing Strategis Untuk Mengurus Bisnis)*. Second Hope.
- Febriana, P. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken And Pizza Di Jambangan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Fitriyah, Y. A., & Siregar, H. O. (2021). Analisis penerapan akuntansi pertanggungjawaban terhadap perilaku biaya pada perusahaan start up. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 5(1), 182–186.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.
- Kotler, P. (2007). *Marketing management*. Pearson.
<https://books.google.co.id/books?id=Jtj4hCr1vNUC>
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). *Principles of marketing* Edisi 3, alih bahasa Sindoro dan Molan. *Jakarta: Prenhanlindo.*
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh.* Penerbit. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Principles of Marketing.* Pearson/Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=f3PAHwAACAAJ>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Manajemen Pemasaran (edisi 13).* Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (keduabelas)* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing.* Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=EKANlwEACAAJ>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Noor, Z. Z. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0.* Deepublish.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Pascal Books.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh harga, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.
- Salea, C., Lopian, J. S. L. H. V., & Tielung, M. V. J. (2021). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN CEPAT SAJI KFC BAHU MANADO PADA MASA COVID-19. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 1293–1302.
- Sarie, F., Sutaguna, I. N. T., Par, S. S. T., Par, M., Suraoka, I. P., St, S., Damanik, D., Efrina, G., Sari, R., & Nengsi, A. R. (2023). *Metodelogi penelitian.* Cendikia Mulia Mandiri.
- Silaban, S. E., Elisabeth, E., & Sagala, R. (2019). Pengaruh promosi, harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Simpang Mataram Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 209–228.

- Sudaryono, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (1st ed.). CV. Andi.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67.
- Swastha, B., & Sukotjo, I. (2007). Pengantar Bisnis Modern edisi 3. *Liberty Yogyakarta. Yogyakarta*, 375.
- Thenu, G., Manossoh, H., & Runtu, T. (2021). Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual Pada Usaha Kerupuk Rambak Ayu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2).
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67–86.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342–351.
- Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Wangean, R. H., & Mandey, S. L. (2014). Analisis Citra Merek, kualitas Produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada mobil ALL New Kia Rio di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Yuliana, L., & Arikunto, S. (2008). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Teras.



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 25/6/2025

Kode : 2705764398

Nama : Bagus Nur Afian

NIM : 201810160311036

Prodi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada KAF Fried Chicken

Persentase Plagiasi : 7%

Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Dipindai dengan CamScanner



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M