

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA WAROENG STEAK BLEDEK MADIUN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

KEVIN ARIESTO IBRAHIM

201710160311159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA WAROENG STEAK BLEDEK MADIUN**

Oleh :

Kevin Ariesto Ibrahim

201710160311159

Diterima dan disetujui
pada tanggal 28 Oktober 2023

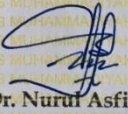
Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.


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


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WAROENG STEAK BLEDEK MADIUN

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Kevin Ariesto Ibrahim

NIM : 201710160311159

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.

Penguji II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Penguji III : Novi Puji Lestari, S.E., M.M.

Penguji IV : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Kevin Ariesto Ibrahim
NIM : 201710160311159
Program Studi : Manajemen
E-mail : kevinaries32@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 dengan 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 secara 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 dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 22 September 2023

Yang Membuat Pernyataan



Kevin Ariesto Ibrahim

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WAROEANG STEAK BLEDEK MADIUN

Kevin Ariesto Ibrahim, RD. Jatmiko, Novi Puji Lestari

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jalan Tlogomas No. 246 Malang

Email : kevinaries32@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian baik secara parsial dan simultan di Waroeng Steak Bledek Madiun. Populasi adalah pembeli/konsumen yang melakukan pembelian di Waroeng Steak Bledek Madiun dengan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 246 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa semakin adanya keterjangkauan dan kesesuaian harga yang bisa diterima pelanggan dari Waroeng Steak Bledek maka keputusan pembelian Waroeng Steak Bledek akan mengalami peningkatan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa dengan semakin baik upaya yang dilakukan oleh Waroeng Steak Bledek untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai keunggulan produk yang ditawarkan maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan. Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa dengan semakin tepatnya dalam penetapan harga dan semakin baiknya promosi maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan.

Kata Kunci: *Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian*

THE EFFECT OF PRICES AND PROMOTIONS BUYING DECISION AT WAROENG STEAK BLEDEK MADIUN

Kevin Ariesto Ibrahim, RD. Jatmiko, Novi Puji Lestari
Management Departement Faculty of Economics and Business
University of Muhammadiyah Malang
Tlogomas street No. 246 Malang
Email : kevinaries32@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of price and promotion on purchasing decisions both partially and simultaneously at Waroeng Steak Bledek Madiun. The population is buyers/consumers who make purchases at Waroeng Steak Bledek Madiun using accidental sampling technique with a sample size of 246 respondents. The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis. The results of the research show that there is a positive and significant influence between price on purchasing decisions, meaning that the more affordability and suitability of prices that customers can accept from Waroeng Steak Bledek, the more purchasing decisions Waroeng Steak Bledek will experience. There is a positive and significant influence between promotions on purchasing decisions, meaning that the better the efforts made by Waroeng Steak Bledek to inform, persuade and remind consumers directly or indirectly about the superiority of the products offered, purchasing decisions will increase. From the results of the analysis, it can be seen that there is a significant influence between price and promotion on purchasing decisions, meaning that with more precision in pricing and better promotion, purchasing decisions will increase.

Keywords: Price, Promotion and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Steak Bledek Madiun** ” ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring do'a sholat semoga senantiasa melimpah keharibaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do'a sholat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang telah tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

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

1. Prof. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang memberikan kesempatan untuk menempuh perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Hj. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan persetujuan dalam penelitian.
4. Dr. R.D. Jatmiko, M.M, selaku dosen pembimbing I yang telah sabar dalam mengarahkan dan membimbing penulisan skripsi.
5. Novi Puji Lestari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah sabar dalam mengarahkan dan membimbing penulisan skripsi.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan arahan dan wawasan selama pembelajaran di Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta Papa Alm.Totok Subiyantoro dan Mama Hery Sri Sulistyowati yang telah banyak memberikan doa, ridho dan dukungan yang tidak pernah putus dan juga pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih 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 ternilai, Aamiin. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan dipersembahkan karya tulisan ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih

Malang, 22 September 2023

Kevin Ariesto Ibrahim

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
SERTIFIKAT PLAGIASI.....	xvi
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
 BAB II. TINJAUAN TEORI	 7
A. Kajian Terdahulu	7
B. Kajian Pustaka	8
1. Konsep Keputusan Pembelian	8
2. Konsep Harga.....	12
3. Konsep Promosi	16
C. Kerangka Penelitian	28
 BAB III. METODE PENELITIAN	 31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	31
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	31
D. Variabel dan Indikator Penelitian	33
E. Tahap-Tahap Penelitian.....	34

F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian.....	36
H. Teknik Analisa Data.....	38
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Karakteristik Responden	42
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
C. Analisis Jawaban Responden Per Variabel	49
D. Hasil Analisis Data	53
1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	53
2. Hasil Uji Asumsi Klasik	54
3. Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4. Hasil pengujian Hipotesis	58
E. Pembahasan	60
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Restoran Steak Periode Tahun 2021	4
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian	34
Tabel 3.2 Analisis Jawaban Responden Per Variabel.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Sosial.....	43
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	45
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Harga.....	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Promosi	51
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda.....	53
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Multikolinearitas	55
Tabel 4.13 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	57
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	59

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Heterokedastisitas	56



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	70
2. Data Penelitian	75
3. Hasil Distribusi Jawaban Responden	85
4. Hasil Uji Validitas.....	88
5. Hasil Uji Reliabilitas	90
6. Hasil Analisis Regresi	94



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Adi, Daniel Okki Rizki Kesuma, Azis Fathoni, dan Leonardo Budi. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk CKE Teknik Semarang”, *Journal of Management*, Vol. 8 (8).
- Agustinus Yanuar Budhhi Heriyanto. 2020. Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (PT Indoraya Internasional).
- Ari Setyaningrum. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: CV. AndiOffset.
- Arjuno Sapdo Wicaksono dkk. 2014. Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Elektronik di UD. Galaxy Elektronik Sidoarjo, *Jurnal Bisnis Indonesia*, 5 (1). 45 p.-52 p.. ISSN 2087-2402.
- Basu Swastha dan Irawan. 2005. Asas-asas Marketing, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swastha. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. (edisi 2), yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta.
- Buchari Alma. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.
- Bungin, M.Burhan. 2009. Penelitian Kualitatif. Cetakan ke 3. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Desi Derina Yusda. 2019. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada House Of Shopaholic di Bandar Lampung, *Jurnal TECHNOBIZ* Vol. 3, No. 3, 2019, 14-18. ISSN 2655-3457.
- Dian Yudiartika dan Jony Oktavian Haryanto. 2020. Pengaruh personal selling, display, promosi penjualan terhadap kesadaran merek dan intensi membeli pada produk kecantikan pond's. *Buletin Studi Ekonomi*. No. 2 Vol 17. Hal : 142-156. ISSN : 1410-4628.
- Edi Cahyono. 2018. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA- Vol V*, No 1, ISSN 2252-5483.

- Desi Derina Yusda. 2019. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada House Of Shopaholic di Bandar Lampung, Jurnal TECHNOBIZ Vol. 3, No. 3, 2019, 14-18. ISSN 2655-3457.
- Fandy Tjiptono. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Gugup Kismono. 2001. Bisnis Pengantar. BPFE. Yogyakarta.
- Iskandar. 2008. Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial. Jakarta: GP Press.
- Jefkins, Frank. 2003. Public Relations, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kelvin Prilano dkk. 2020. Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada, *Journal of Business and Economics Research (JBE)* Vol 1, No 1, Februari 2020, Hal. 1-10 ISSN 2716-4128 (Media Online).
- Khusnul Khotimah. 2021. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Madura Pada Galery Pesona Bangkalan, *Eco-Entrepreneurship*, Vol 7 No 1 Juni 2021.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2016. Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Lilis Ariyanti, and Sri Setyo Iriani. 2020. Pengaruh Promosi Penjualan dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Pembelian Impulsif Pada Saat Special Event Day (Studi Pada Konsumen Shopee Jawa Timur)." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1.5.
- Muhammad, As'adi. 2009. Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif Sales Promotion. Yogyakarta: Gerai Ilmu.
- Musyadat Cholil, Akmal. 2020. 150 *Brand Awareness Ideas*. Quadrant. Yogyakarta.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. Pengembangan Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan. Bandung: Refika Aditama.
- Shaleh, R. 2017. Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup, Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Stalker Pomade (Studi Kasus Pada Pembeli Minyak Rambut Stalker Pomade).
- Lomboan, R., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. 2020. Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. *Productivity*, 1(3), 256–260.
- Siti Aisyah, dkk. 2020. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu, *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 57-74.
- Stanley Lemeshow, et.al. 1997. Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. Terjemahan oleh Dibyo Pramono. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Sudaryono. 2014. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran. Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2001. Kewirausahaan, Jakarta Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Widodo, Sugeng, Cecep Efendi, Gatot Kusjono. 2021. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kalkulator Merek Casio Pada Toko Citra Pasar Senen Di Jakarta Pusat". *JURNAL ILMIAH FEASIBLE: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*. Vol. 3. No. 1
- Widyastuti, Sri. 2017. Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.

SERTIFIKAT PLAGIASI

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Pada "Waroeng Steak Bledek Madiun")

ORIGINALITY REPORT

11 %	8 %	2 %	14 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	6 %
2	dspace.uii.ac.id Internet Source	3 %
3	repository.ub.ac.id Internet Source	2 %

Exclude quotes ☒ On

Exclude bibliography ☒ On

Exclude matches ☒ < 2%