

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE VIVO PADA GERAJ*
SMARTPHONE CELLULAR DI KECAMATAN
CIKUPA KABUPATEN TANGERANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh:

Nama : **ANDIKA RAMDANA PUTRA**
NIM : 1916120086
Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
PUTRA PERDANA INDONESIA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TANGERANG**

2023

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **ANDIKA RAMDANA PUTRA**

NIM : 1916120086

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Vivo* pada Gerai *Smartphone Cellular* di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Tangerang, 09 Agustus 2023



(ANDIKA RAMDANA PUTRA)

ii

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

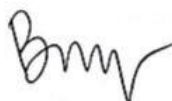
NAMA : ANDIKA RAMDANA PUTRA
NIM : 1916120086
PROGRAM STUDI : Manajemen
JENJANG : Strata Satu (S1)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Vivo* pada Gerai *Smartphone Cellular* di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh pembimbing skripsi guna melengkapi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1) pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Tangerang, 09 Agustus 2023

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi,



Bagus Caesar Sukmayuda, S.E.,M.M

Dosen Pembimbing,



Drs. Satrias Djamaran, S.E., M.M

TANDA PENGESAHAN PENELITIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : **ANDIKA RAMDANA PUTRA**
NIM : 1916120086
PROGRAM STUDI : Manajemen
JENJANG : Strata Satu (S1)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Vivo* Pada Gerai *Smartphone Cellular* di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 20 September 2023 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dihadapan Tim Penguji dibawah ini:

Pembimbing


Drs. Satrias Djamaran, S.E.,M.M.

Tim Penguji :

Ketua : Andrean Eko Haryoko, S.E., M.M
Anggota : 1. Popong Suryani, S.E., M.M., CAP
2. Drs. Satrias Djamaran, S.E.,M.M.

Disahkan pada tanggal 27-09-2023

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PPI

Ketua,


Dr. H. Juanda Usman, S.E., S.H., M.M.

ABSTRAKSI

ANDIKA RAMDANA PUTRA, 1916120086

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE VIVO* PADA GERAI *SMARTPHONE CELLULAR* DI KECAMATAN CIKUPA KABUPATEN TANGERANG

Skripsi : Program Studi Manajemen, 2023

Kata Kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

(xiv + 119 + Lampiran)

Abstraksi: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone cellular* di kecamatan cikupa kabupaten tangerang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan pengambilan sampel 100 orang. Berdasarkan hasil uji hipotesis antara variabel promosi (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai thitung 2,121 > tabel 1,983 dan nilai signifikansi 0,002 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel promosi (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil uji hipotesis antara variabel harga (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai thitung 5,747 > tabel 1,983 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel harga (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Apabila secara simultan nilai hubungan antara variabel promosi (X1) dan harga (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) yang berdasarkan hasil uji F (Anova) atau Fhitung sebesar 45,257 dimana lebih besar dari Ftabel sebesar 3,94 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

ABSTRACTIONS

ANDIKA RAMDANA PUTRA, 1916120086

**THE INFLUENCE OF PROMOTION AND PRICE ON THE PURCHASE
DECISION OF VIVO SMARTPHONES AT CELLULAR SMARTPHONE
SHOPS IN CIKUPA DISTRICT, TANGERANG DISTRICT**

Thesis : Management Study Program, 2023

Keywords: Promotion, Price, Purchase Decision

(xiv + 119 + Attachments)

Abstract: This study aims to determine how much influence promotion and price have on purchasing decisions for cellular smartphones in Cikupa District, Tangerang Regency. The method used in this research is a quantitative method with a descriptive research type and a sample of 100 people. Based on the results of the hypothesis test between the promotion variable (X1) and the purchase decision variable (Y), the tcount value is $2.121 > t_{table} 1.983$ and the significance value is $0.002 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that the promotion variable (X1) has a significant influence to the purchasing decision variable (Y). Based on the results of the hypothesis test between the price variable (X2) and the purchase decision variable (Y), it is obtained that the tcount is $5,747 > t_{table} 1.983$ and the significance value is $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that the price variable (X2) has a significant influence to the purchasing decision variable (Y). If simultaneously the value of the relationship between the promotion variable (X1) and price (X2) on the purchase decision variable (Y) is based on the results of the F test (Anova) or Fcount of 45.257 which is greater than Ftable of 3.94 with a significance level of $0.000 < 0.05$, it can be concluded that the promotion variable (X1) and price (X2) simultaneously influence the purchasing decision variable (Y).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji serta syukur kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu yang diharapkan. Adapun judul skripsi ini adalah: **"Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Vivo* pada *Geral Smartphone Cellular* di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang)".**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan mampu diselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Juanda, S.E., M.M Selaku Ketua Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI) Tangerang.
2. Drs. Satrias Djamaran, S.E., M.M., Selaku Ketua Program Studi Manajemen (STIE PPI) Tangerang. Dan juga Selaku Pembimbing dalam penulisan skripsi ini yang telah banyak memberikan petunjuk- petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
3. Segenap Dosen STIE PPI yang telah memberikan pembelajaran selama mengikuti perkuliahan di STIE PPI.
4. Seluruh Staf STIE PPI yang telah memberikan pelayanan dalam menunjang pembelajaran di STIE PPI.

6. Kepada Ayahanda Maryanto dan Ibunda Nenden Herdiana, yang selalu memberikan do'a, dukungan dan semangat yang tiada henti.
7. Seluruh Teman – teman saya yang ada di Kabupaten Tangerang yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner.
8. Seluruh Sahabat – sahabat saya yang telah membantu dan menemani hari-hari saya dalam mengerjakan skripsi ini saya mengucapkan terima kasih banyak.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan, baik dalam menyampaikan materi, tata bahasa, maupun penulisan, mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan serta waktu yang ada. Karena dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran untuk langkah penyempurnaan dan perbaikan dimasa yang akan datang.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Tangerang, 09 Agustus 2023



ANDIKA RAMDANA PUTRA

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Persetujuan Skripsi.....	iii
Halaman Pengesahan Penelitian Skripsi	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Promosi	10
1. Pengertian Promosi	10
2. Tujuan Promosi.....	12
3. Bauran Promosi	14
4. Dimensi dan Indikator Promosi.....	18
B. Harga	19
1. Pengertian Harga.....	19
2. Tujuan Penetapan Harga	20
3. Strategi Penentuan Harga	22
4. Dimensi dan Indikator Harga	24
C. Keputusan Pembelian	25
1. Pengertian Keputusan Pembelian	25

2. Proses Keputusan Pembelian.....	27
3. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
4. Tipe-Tipe Pengambilan Keputusan Pembelian	31
5. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	32
D. Kerangka Berpikir.....	34
E. Hipotesis	36
F. Penelitian Terdahulu	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	42
B. Jenis dan Sumber Data.....	43
1. Jenis Data	43
2. Sumber Data.....	44
C. Metode Pengumpulan Data.....	45
1. Studi Kepustakaan.....	45
2. Kuesioner (Angket)	45
3. Pengamatan	46
4. Wawancara.....	46
D. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi.....	47
2. Sampel.....	47
E. Variabel Penelitian	48
1. Variabel Penelitian	48
2. Operasional Variabel Penelitian.....	49
F. Teknik Analisis Data.....	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	55
3. Uji Normalitas	56
4. Analisis Korelasi	56
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	57
6. Analisis Regresi Berganda.....	58
7. Uji Hipotesis.....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian	62
1. Sejarah Singkat Vivo.....	62
2. Kegiatan Umum Toko Objek Penelitian	63
3. Visi Misi Toko.....	63
4. Struktur Organisasi	64
5. Tugas dan tanggung jawab masing-masing personil	65
B. Deskripsi Data Penelitian	67
a. Jenis Kelamin Responden	67
b. Usia Responden	68
c. Pendidikan Responden.....	69
d. Pekerjaan Responden	70
e. Penghasilan Responden.....	71
C. Deskripsi Data Variabel.....	72
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reliabilitas	76
3. Uji Normalitas	77
D. Distribusi Data Angket Variabel.....	80
1. Variabel Promosi (X1).....	80
2. Variabel Harga (X2)	86
3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	92
E. Analisis Hasil Penelitian	98
1. Uji Korelasi Parsial.....	98
2. Uji Determinasi R ²	99
3. Uji Regresi Berganda.....	100
4. Uji Hipotesis.....	101
F. Pembahasan	103

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	107
B. Saran.....	108

Daftar Pustaka	
----------------------	--

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga	3
Tabel 3.1 Skala Likert.....	46
Tabel 3.2 Operasional Variabel Promosi (X1)	50
Tabel 3.3 Operasional Variabel Harga (X2)	51
Tabel 3.4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi Interval	57
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden	68
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Responden	69
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden	70
Tabel 4.5 Karakteristik Penghasilan Responden	71
Tabel 4.6 Validitas Variabel Promosi (X1)	73
Tabel 4.7 Validitas Variabel Harga (X2)	74
Tabel 4.8 Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 4.9 Reliabilitas Variabel Promosi (X1)	76
Tabel 4.10 Reliabilitas Variabel Harga (X2)	77
Tabel 4.11 Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77
Tabel 4.12 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.1	80
Tabel 4.13 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.2	81
Tabel 4.14 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.3	81
Tabel 4.15 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.4	82
Tabel 4.16 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.5	83
Tabel 4.17 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.6	83
Tabel 4.18 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.7	84
Tabel 4.19 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.8	84
Tabel 4.20 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1.9	85
Tabel 4.21 Presentase Jawaban Responden Terhadap X1 10	86
Tabel 4.22 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2 1	86
Tabel 4.23 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2 2	87
Tabel 4.24 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2 3	87
Tabel 4.25 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.4	88
Tabel 4.26 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.5	89
Tabel 4.27 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.6	89

Tabel 4.28 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.7	90
Tabel 4.29 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.8	90
Tabel 4.30 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.9	91
Tabel 4.31 Presentase Jawaban Responden Terhadap X2.10	91
Tabel 4.32 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.1	92
Tabel 4.33 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.2	92
Tabel 4.34 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.3	93
Tabel 4.35 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.4	94
Tabel 4.36 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.5	94
Tabel 4.37 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.6	95
Tabel 4.38 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.7	95
Tabel 4.39 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.8	96
Tabel 4.40 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.9	96
Tabel 4.41 Presentase Jawaban Responden Terhadap Y.10	97
Tabel 4.42 Analisis Korelasi Parsial	98
Tabel 4.43 Koefisien Determinasi (Model Summary)	99
Tabel 4.44 Analisis Regresi Linier Berganda (Coefficients)	100
Tabel 4.45 Hasil Uji t_{hitung}	101
Tabel 4.46 Tabel Uji F (ANOVA)	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Toko Vivo	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pada Gerai <i>Smartphone Celluler</i>	65
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	68
Gambar 4.3 Usia Responden	69
Gambar 4.4 Pendidikan Responden	70
Gambar 4.5 Pekerjaan Responden	71
Gambar 4.6 Penghasilan Responden	72
Gambar 4.7 Uji Normalitas	78
Gambar 4.8 Histogram Normalitas	79