

SKRIPSI
PENGARUH HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS
PADA TOKO IKAN HIAS PUDAK GUPPY 2 GRESIK



Disusun oleh :

MUCHAMAD RAFFINDA KURNIAWAN

NIM : 2017020008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

2021

SKRIPSI
PENGARUH HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS
PADA TOKO IKAN HIAS PUDAK GUPPY 2 GRESIK

Untuk Memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Gresik



Disusun oleh :

MUCHAMAD RAFFINDA KURNIAWAN
NIM : 2017020008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN IKAN HIAS PADA TOKO IKAN HIAS PUDAK GUPPY 2
GRESIK.**

Diajukan Oleh:

MUCHAMAD RAFFINDA KURNIAWAN

NIM: 2017020008

Skripsi telah di setujui untuk diseminarkan

Pada tanggal 10 Agustus 2021

Oleh:

Pembimbing I



(Denny Astanto, S.E.,M.M.)

NIDN : 0720107402

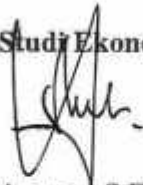
Pembimbing II



(Mochamad Syafii, S.E., M.M.)

NIDN: 0729018305

Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen



(Denny Astanto, S.E.,M.M.)

NIDN : 0720107402

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI KEPADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN IKAN HIAS PADA TOKO IKAN HIAS PUDAK GUPPY 2
GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

M RAFFINDA KURNIAWAN

Nim: **2017020008**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan telah direvisi sebagai mana
disarankan oleh Tim Penguji
Pada Tanggal: 24 Agustus 2021

Dosen Pembimbing,



(Denny Astanto, S.E., M.M.)
NIDN : 0720107402

Tim Penguji,
Dosen Penguji 1,



(Mochamad Syafii, S.E., M.M.)
NIDN: 0729018305

Dosen Penguji II



(Abdullah Mubarroq, S.E., M.M.)
NIDN : 0730099102

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



(Firdaus Indrajaya Tuharea, S.E., M.Si)
NIDN:0023057801

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MUCHAMAD RAFFINDA KURNIAWAN
NIM : 2017020008
Fakultas : Ekonomi
Jenjang : S-1 (Sarjana)
ProgramStudi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul:

**"PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN IKAN HIAS PADA TOKO IKAN HIAS PUDAK GUPPY 2
GRESIK"**

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan "DUPLIKASI" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun.



MUCHAMAD RAFFINDA KURNIAWAN

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN IKAN HIAS DI TOKO IKAN HIAS PUDAK GUPPY 2**

GRESIK

M Raffinda Kurniawan

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Dalam usahanya untuk meningkatkan laba, perusahaan perlu untuk melakukan kegiatan promosi, Bauran promosi yang terdiri dari harga, promosi penjualan. Untuk mencapai efektivitas, perusahaan perlu melakukan pengukuran dari pelaksanaan bauran promosi tersebut. Pengukuran itu dapat dilakukan dengan menggunakan variabel yaitu indeks keputusan pembelian. Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini apakah Harga dan promosi penjualan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan Hias di Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh Harga dan Promosi penjualan terhadap keputusan pembelian Ikan Hias di Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik secara parsial dan simultan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Ikan Hias Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik yang berjumlah 38 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan metode *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket), dokumentasi dan wawancara. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis deskriptif persentase, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS Versi 20. Hasil dari penelitian ini adalah Variabel Harga dan Promosi Penjualan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ikan Hias Di Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik. Hal ini di buktikan dari nilai $F_{hitung} 24,152 > F_{tabel} 2,46$ dan tingkat signifikan $t 0,000$ lebih kecil dari $\alpha=0,1$.

Kata kunci :Harga ,Promosi dan Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF PRICE AND PROMOTION ON THE PURCHASE
DECISION OF ORNAMENTAL FISH AT PUDAK GUPPY 2 GRESIK**

Ornamental Fish Shop

M Raffinda Kurniawan

Management Study Program, Faculty of Economics, University of Gresik

ABSTRACT

In an effort to increase profits, companies need to carry out promotional activities, promotion mix consisting of price, sales promotion. To achieve effectiveness, companies need to measure the implementation of the promotion mix. The measurement can be done by using a variable, namely the purchasing decision index. The formulation of the problem posed in this study is whether price and sales promotion partially and simultaneously affect the purchase decision of ornamental fish at the Pudak Guppy 2 Gresik Ornamental Fish Shop. The purpose of this study was to determine the effect of price and sales promotion on purchasing decisions for ornamental fish at the Pudak Guppy 2 Gresik ornamental fish shop partially and simultaneously. The sample in this study were consumers of ornamental fish at Pudak Guppy 2 Gresik ornamental fish shop, totaling 38 respondents. The sampling method used was non-probability sampling with incidental sampling method, which is a sampling technique based on chance. Data collection methods used are questionnaires (questionnaire), documentation and interviews. The analytical method used in this research is instrument test (validity test and reliability test), percentage descriptive analysis, classical assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination using SPSS Version 20. The results of this study are Variable Prices and Sales Promotion partially and simultaneously affect the Purchase Decision of Ornamental Fish At Pudak Guppy 2 Gresik Ornamental Fish Shop. This is proven by the value of $F_{count} 24.152 > F_{table} 2.46$ and the significant level of $t 0.000$ is smaller than $\alpha = 0.1$.

Keywords: Price, Promotion and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim,,,

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan nikmat dan karunia-Nya, serta sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada junjungan nabi kita Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS PADA TOKO IKAN HIAS PUDAK GUPPY 2 GRESIK”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa banyak bantuan yang telah diberikan dari berbagai pihak, baik berupa material, maupun spriritual. Selanjutnya peneliti haturkan ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sukiyat, S.H., M.Si. selaku Rektor di Universitas Gresik.
2. Bapak Firdaus Indrajaya Tuharea selaku Dekan Fakultas Ekonomi di Universitas Gresik
3. Bapak Denny Astanto, S.E.,MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
4. Bapak Denny Astanto, S.E.,MM.Selaku Dosen Pembimbing I di Universitas Gresik, yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

5. Bapak Mochamad Syafii, S.E., M.M .Selaku Dosen Pembimbing II di Universitas Gresik, yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
6. Orang tua saya, Bapak dan Ibu saya tercinta serta semuanya yang telah memberikan doa, semangat dan dorongannya atas perjalanan kuliah saya hingga terselesaikan skripsi ini.
7. Sahabat-Sahabat saya, tim seperjuangan saya yang selalu kocak dikala waktu pikiran ini lagi jenuh-jenuhnya mikir skripsi mereka selalu melakukan hal-hal lucu demi mencairkan suasana dan serius dikala kita mulai mengerjakannya kembali.
8. Rekan-rekan seperjuangan di Universitas Gresik yang telah turut serta memberikan semangat dan kerjasama yang baik dan dukungannya selama perkuliahan hingga proses skripsi.
9. Pada *someone*, yang sedikit banyaknya membantu memberikan ide-ide untuk dituangkan kedalam materi skripsi ini.
10. Manajemen Toko Ikan hias Pudak Guppy 2 Gresik, yang telah memberikan izin dan sumbang asih saran dalam penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian proposal skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan waktu, pengetahuan, pengalaman dan lainnya. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan maupun informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Gresik, 10 Agustus 2021

(M. Raffinda Kurniawan)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PENGESAHAN ORSINILITAS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Secara Teoritis	6
1.4.1 Secara Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen.....	7
2.1.2 Pemasaran	7
2.1.3 Manajemen Pemasaran	8
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.5 Harga.....	10
2.1.6 Metode Penetapan Harga	10
2.1.7 Harga Sebagai Daya Tarik Konsumen.....	20

2.1.8 Indikator-Indikator Harga	21
2.1.9 Promosi	23
2.1.10 Indikator Promosi.....	23
2.1.11 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.12 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26
2.1.13 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	28
2.1.14 Indikator Keputusan Pembelian	30
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Konseptual	33
2.4 Hubungan Antar Variabel	35
2.4.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	35
2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	36
2.5 Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Lokasi Penelitian.....	38
3.2 Waktu Penelitian	38
3.3 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
3.4 Variabel Penelitian	39
3.4.1 Variabel Bebas	39
3.4.2 Variabel Terikat	39
3.5 Indikator Variabel Penelitian	40
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.6.1 Populasi.....	41
3.6.2 Sampel	41
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	42
3.7 Sumber Data	43
3.7.1 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7.2 Data Sekunder	44
3.8 Metode Analisis data.....	45
3.8.1 Interval	46
3.8.2 Statistik Deskriptif	48
3.8.3 Uji Validitas	48
3.8.4 Uji Reliabilitas	49
3.8.5 Uji Asumsi Klasik	50
3.8.6 Uji Regresi Linier Berganda	53

3.8.7 Hipotesis	54
3.8.8 Analisis Korelasi	58
3.8.9 Koefisien Determinasi (R²)	59
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	60
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	60
4.1.1 Sejarah Perusahaan	60
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	61
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	61
4.2 Waktu Penelitian	63
4.3 Hasil Penelitian	63
4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden	63
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden	66
4.3.3 Interval	79
4.3.4 Statistik Deskriptif	85
4.3.5 Uji Validitas	86
4.3.6 Uji Reliabilitas	88
4.3.7 Asumsi Publik	90
4.3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	100
4.3.9 Uji Hipotesis	102
4.3.10 Analisis Korelasi (R)	106
4.3.11 Analisis Determinasi (R²)	108
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	109
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	109
4.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	110
4.4.3 Pengaruh Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	112
BAB V PENUTUP	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual	34
3.2 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-t	56
3.3 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-f.....	58
4.1 Struktur Organisasi Toko Ikan Hias Pudak Guppy 2 Gresik	62
4.2 Grafik Komposisi Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.3 Grafik Komposisi Pelanggan Berdasarkan Usia	65
4.4 Grafik Komposisi Pelanggan Berdasarkan Pendidikan	66
4.5 Gambar Auotokorelasi	92
4.6 Gambar Histogram	97
4.7 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji-t	104
4.8 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji-t	105
4.9 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji-f	106

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Penjualan Ikan pada Toko Ikan Hias Puduk Guppy 2	3
2.1 Penelitian Terdahulu	31
3.1 Indikator Variabel Penelitian	40
3.2 Skala Pengukuran Data Harga dan Promosi	46
3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	59
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	65
4.4 Dasar Interpretasi Skor Rata-Rata.....	67
4.5 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keterjangkauan Harga	68
4.6 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kesuaian Harga dengan Kualitas Produk	69
4.7 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Daya Saing Harga.....	70
4.8 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat.....	71
4.9 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Periklanan	72
4.10 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Promosi Penjualan.....	73
4.11 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Penjualan Perseorangan	74
4.12 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Hubungan Masyarakat	75
4.13 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Nilai Emosional	76
4.14 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Nilai Sosial	77
4.15 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Nilai Kualitas	78
4.16 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Nilai Fungsional	79
4.17 Kategori Variasi Harga	82
4.18 Kategori Variasi Promosi.....	83

4.19 Kategori Variasi Keputusan Pembelian	85
4.20 Statistik Deskriptif	86
4.21 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	87
4.22 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	88
4.23 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	88
4.24 Hasil Uji Reliabilitas	89
4.25 Hasil Uji Multikolinieritas	90
4.26 Hasil Uji Autokorelasi.....	92
4.27 Hasil Uji Heteroskedastisitas	94
4.28 Hasil Uji Normalitas	96
4.29 Hasil Uji Linieritas	98
4.30 Hasil Uji Linieritas	99
4.31 Analisis Regresi Linier Berganda	101
4.32 Uji-t	103
4.33 Uji-f.....	105
4.34 Analisa Korelasi	107
4.35 Analisis Determinasi	108

LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Kuesioner

Lampiran 2: Tabulasi Data

Lampiran 3: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 4: Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5: Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)

Lampiran 6: Tabel Durbin Watson (DW)

Lampiran 7: Titik Presentase Distribusi t

Lampiran 8: Titik Presentase Distribusi F

Lampiran 9: Dokumentasi Penelitian