

**PENGARUH KESESUAIAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM  
(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**MUHAMMAD FAISAL RIZA**  
**B 100 140 449**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**“PENGARUH KESESUAIAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta) “**

Yang disusun oleh :

**MUHAMMAD FAISAL RIZA**

**B 100 140 449**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 24 Juni 2019

Pembimbing Utama



**(Drs. Moechammad Nasir, M.M.)**

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



**(Dr. Syamsudin, M.M.)**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **MUHAMMAD FAISAL RIZA**  
NIRM : **B 100 140 449**  
Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **“PENGARUH KESESUAIAN HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK  
HARUM (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Surakarta)”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 23 April 2019

Yang membuat pernyataan,

**MUHAMMAD FAISAL RIZA**

## *MOTTO*

“Nikmatilah Prosesnya Ketimbang Hasilnya”.

(Warren Buffet)

Jangan menyerah atas impianmu, impian memberimu tujuan hidup. Ingatlah,  
sukses bukan kunci kebahagiaan, kebahagiaanlah kunci sukses.

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan bagi kita semua.
2. Khatamul Anbiya Muhammad SAW, semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. Orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
4. Sahabat–sahabatku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah sekalian.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kesesuaian Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Syamsudin, SE, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE., M.Si., Ph.D, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Rini Kuswati SE., M.Si, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh studi.
4. Bapak Moehammad Nasir, SE.,M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penulisan dalam menempuh skripsi.

5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Ibu dan ayah tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, 23 April 2019

Penulis

Muhammad Faisal Riza

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	11
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. Kerangka Pemikiran .....	21
D. Hipotesis .....	22
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian .....	25
B. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	26
C. Pengambilan Sampel .....	28
D. Teknik Pengambilan Sampel ( <i>Sampling</i> ) .....	29
E. Pengukuran dan Skala Interval .....	29
F. Uji Instrumen Data .....	30



	G. Metode Analisis Data .....	32
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Frekuensi Responden .....	37
	B. Uji Instrumen Data .....	41
	C. Analisis Data .....	44
	D. Pembahasan .....	49
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan .....	52
	B. Keterbatasan Penelitian.....	52
	C. Saran .....	53
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Alasan Konsumen Melakukan Keputusan Pembelian .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Populasi Mahasiswa UMS Program Studi Manajemen .....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji KMO MSA & <i>Bartlett's Test</i> .....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Pattern Matrix</i> <sup>a</sup> .....	42
Tabel 4.7 Hasil Reliabilitas Penelitian .....	43
Tabel 4.8 Analisis Regresi .....	44

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	21

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

Lampiran 2. Hasil Analisis Identitas Responden

Lampiran 3. Hasil Analisis Jawaban Responden

Lampiran 4. Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesesuaian harga dan promosi terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum. Studi yang dilakukan pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi dan bisnis UMS. Sampel yang diambil dalam studi tersebut sebanyak 100 responden konsumen yang pernah membeli teh pucuk harum. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa harga dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam model yang dibentuk variabel kesesuaian harga dan promosi mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 24,3% dan sisanya 75,7% masih dipengaruhi variabel lainnya.

**Kata kunci:** Kesesuaian Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of prices, and promotion of the decision to purchase Teh Pucuk Harum. Studies conducted at UMS faculty of economics and business management students. The sample taken in the study was 100 respondents who had bought Teh Pucuk Harum. The analytical method used is multiple linear regression analysis, validity and reliability test. Based on the results of the analysis found, it can be explained that prices and promotions have a positive and significant influence on purchasing decisions. In the model formed price and promotion variables are able to explain the purchase decision variable by 24.3% and the remaining 75.7% is still influenced by other variables.*

*Keywords: Price, Promotion, Purchase Decision*