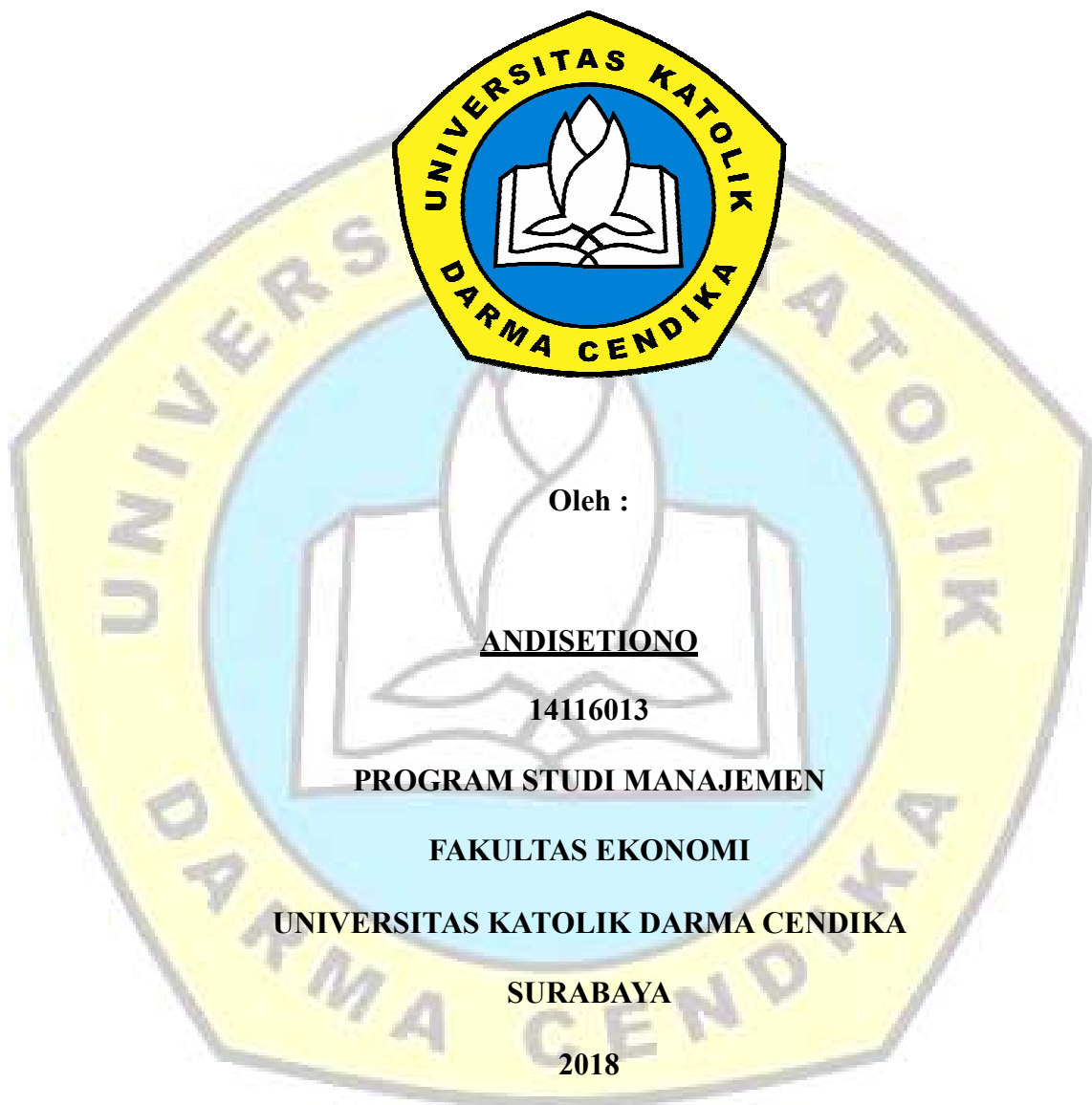


**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KIMIA DI  
PT DELPHIA PRIMA JAYA  
SURABAYA.**

**SKRIPSI**



**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KIMIA DI  
PT DELPHIA PRIMA JAYA  
SURABAYA.**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Prasyarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

ANDISETIONO

14116013

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2018

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Andi Setiono  
NPM 14116013  
Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi Pengaruh produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian produk kimia PT Delphia Prima Jaya Surabaya.

SKRIPSI INI DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU PRASYARAT  
UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI

Pembimbing, Surabaya, 18  
Januari 2018

  
(Drs. Bruno Harli, M.M.,)

Mengetahui, Ketua  
Program Studi, Surabaya,  
18 Januari 2018

  
(Lilik Indrawati, S.E., M.M.,)

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi ini ditulis oleh Andi Setiono dengan NPM (14116013)

Telah diuji pada Hari Kamis, Tanggal 18 Januari 2018

Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji,



(Lilik Indrawati, S.E.,M.M)

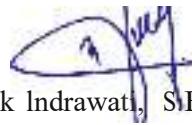
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi,



(Thyophodia WS,SE,M.M)



(Lilik Indrawati, S.E.,M.M)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul skripsi "Pengaruh Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kimia PT Delphia Prima Jaya Surabaya."

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan  
Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika  
Program Studi Manajemen Pemasaran

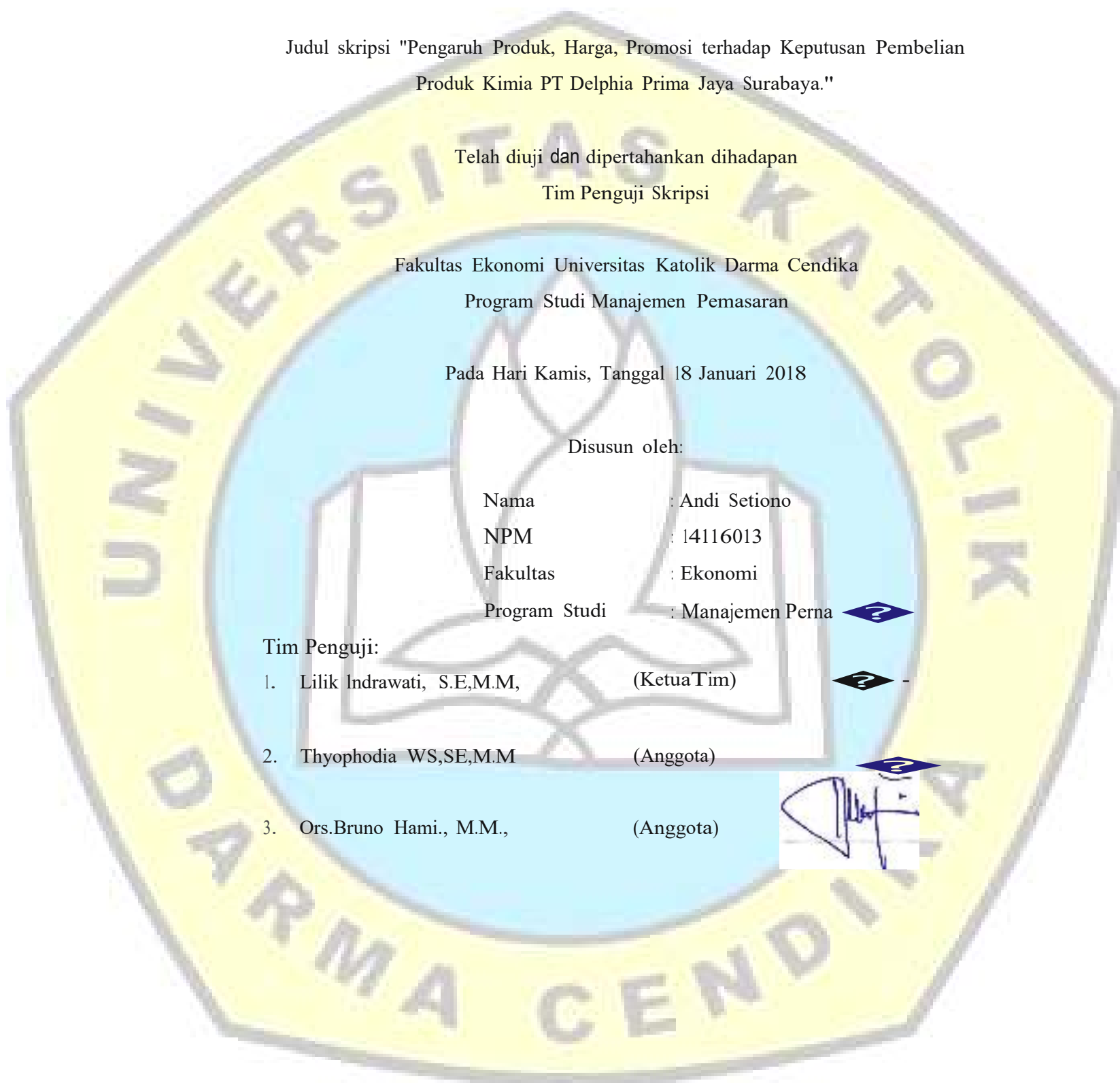
Pada Hari Kamis, Tanggal 18 Januari 2018

Disusun oleh:

Nama : Andi Setiono  
NPM : 14116013  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji:

1. Lilik Indrawati, S.E,M.M, (Ketua Tim)
2. Thyophodia WS,SE,M.M (Anggota)
3. Ors.Bruno Hami., M.M., (Anggota)





## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Andi Setiono  
Fak:ultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran  
Alamat asli : Jl. Bogen no 28, Surabaya  
Nomor Identitas : 3578063108940011

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

"Pengaruh Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kimia PT Delphia Prima Jaya Surabaya." Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagai bentuk jurnal, *working paper*, atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 08 Januari 2018

Hormat sayci, .



Andi Setiono

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas anugerah dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kimia PT Delphia Prima Jaya Surabaya”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang setinggi - tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penelitian dan penyusunan laporan penelitian ini, baik langsung maupun tidak langsung. Secara khusus penulis berterima kasih kepada:

1. RM. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M., selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Ibu Thyophodia WS, SE, M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Bapak Drs.Bruno Hami., M.M., selaku Dosen Pembimbing saya yang sudah membimbing saya dengan sabar hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya.
4. Ibu Lilik Indrawati, S.E,M.M, selaku Kaprodi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya dan Sebagai Dosen Wali saya, karena telah memberi kritik dan saran yang bermanfaat bagi masa depan saya.



5. Sahabat Saya yang sudah membantu saya untuk menyelesaikan tugas akhir, dan motivasi yang diberikan untuk saya, agar dapat menyelesaikan tugas akhir saya.
6. Keluarga yang sudah memberikan semangat dan kepercayaan tinggi kepada saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir saya sebagai mahasiswa.
7. Teman-teman kerja saya di PT Delphia Prima Jaya Surabaya, yang sudah memberikan motivasi dan toleransi kepada saya agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya dengan tepat waktu.

Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat ketidaksempurnaan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi bahan kajian yang bermanfaat dan bisa dikembangkan lagi untuk ranah keilmuan yang lebih baik.

Terima kasih.

Surabaya, 8 Desember 2017

**Ttd**

Andi Setiono

## DAFTAR ISI

<b>KATA PEGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1    Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2    Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1    Produk .....	6
2.1.1.1    Pengertian Produk.....	6
2.1.1.2    Peran Manfaat utama produk.....	7
2.1.1.3    Peran Fungsi Produk.....	7
2.1.1.4    Peran Pelengkap .....	8
2.1.1.5    Klasifikasi Produk .....	8
2.1.1.6    Tingkatan Produk .....	10
2.1.2    Harga .....	11
2.1.2.1    Pengertian Harga.....	11
2.1.2.2    Tujuan Penetapan Harga.....	12

2.1.2.3	Faktor Pertimbangan Penetapan Harga.....	13
2.1.2.4	Kebijakan-kebijakan Harga.....	15
2.1.3	Promosi.....	15
2.1.3.1	Pengertian Promosi.....	15
2.1.3.2	Tujuan Promosi.....	16
2.1.3.3	Perencanaan Promosi.....	16
2.1.4	Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.2	Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	21
2.1.5	Hubungan Antara Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.2	Penelitian Terdahulu.....	22
2.2.1	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	24
2.3	Rerangka Pemikiran.....	26
2.4	Kerangka Konseptual.....	27
2.5	Hipotesis Penelitian.....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Obyek Penelitian.....	29
3.2	Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	29
3.2.1	Pendekatan Penelitian.....	29
3.2.2	Sumber Data.....	29
3.2.3	Prosedur Pengumpulan Data.....	30
3.3	Variabel Penelitian.....	31
3.4	Variabel dan Definisi Oprasional Variabel.....	31
3.5	Teknik Pengukuran Data.....	33
3.6	Populasi dan Sampel.....	34
3.6.1	Populasi .....	34

3.6.2	Sampel .....	34
3.7	Metode dan Analisis Data.....	35
3.7.1	Uji Validitas.....	35
3.7.2	Uji Realibilitas.....	35
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8	Teknik Analisis Data.....	38
3.8.1	Analisis Linier Berganda.....	38
3.8.2	Koefisien Determinasi Berganda.....	39
3.9	Uji Hipotesis .....	40
3.9.1	Uji t .....	40

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	41
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	41
4.1.2	Lokasi Perusahaan .....	42
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan dan Tanggung Jawabnya.....	42
4.1.4	Produk Bahan Kimia PT Delphia Prima Jaya Surabaya .....	46
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	47
4.3	Analisis Data.....	49
4.3.1	Uji Validitas .....	50
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	50
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	52
4.3.4	Analisis Model Regresi Linier Berganda .....	56
4.3.5	Koefisien Kolerasi dan Koefisien Determinasi .....	59
4.3.6	Uji Hipotesis .....	60
4.3.6.1	Uji t .....	60

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan ..... 64

5.2 Saran ..... 65

**DAFTAR PUSTAKA** .....

**KUISIONER** .....

**LAMPIRAN** .....

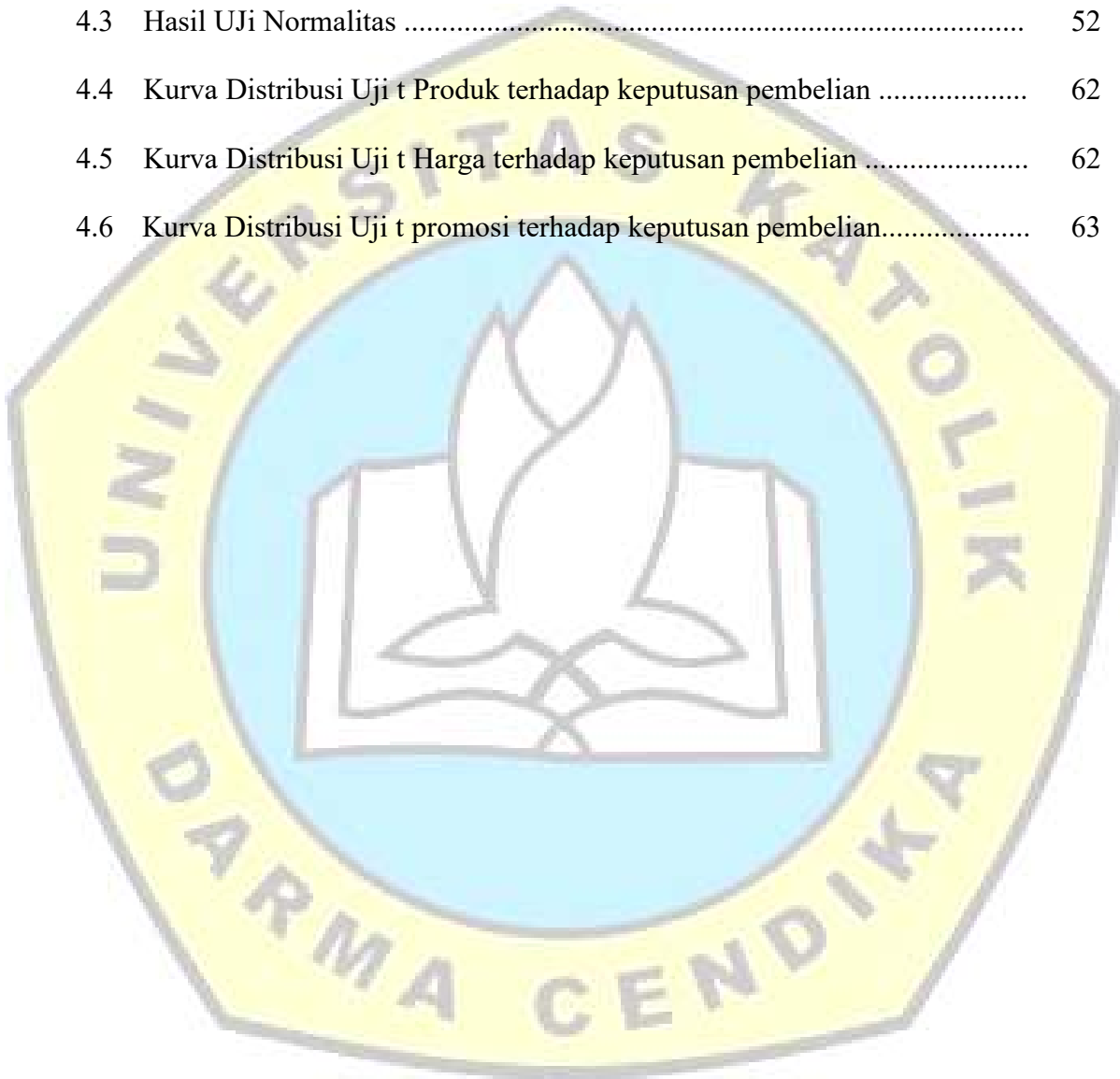


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu .....	24
Tabel 3.1	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	37
Tabel 4.2	Produk PT Delphia Prima Jaya Surabaya .....	44
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolonieritas.....	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Normlitas Smmirnov .....	53
Tabel 4.9	Hubungan Regresi Antara Variabel Bebas dan Terikat Dengan Penerapan Model Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Kolerasi Diterminasi .....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji t .....	58

## DAFTAR GAMBAR

4.1	Struktur Organisasi .....	40
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51
4.3	Hasil Uji Normalitas .....	52
4.4	Kurva Distribusi Uji t Produk terhadap keputusan pembelian .....	62
4.5	Kurva Distribusi Uji t Harga terhadap keputusan pembelian .....	62
4.6	Kurva Distribusi Uji t promosi terhadap keputusan pembelian.....	63



## ABSTRAK

Proses pengambilan keputusan diawali oleh adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan ini terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif yang terbaik dari persepsi konsumen. Di dalam proses ini konsumen memerlukan informasi yang jumlah dan tingkat kepentingannya tergantung kebutuhan konsumen serta situasi yang dihadapinya. Keputusan pembelian akan dilakukan dengan menggunakan kaidah menyeimbangkan sisi positif dengan sisi negatif suatu produk dan ataupun mencari solusi terbaik dari perspektif konsumen yang telah dievaluasi kembali. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan melalui metode kuisioner terhadap semua pelanggan PT Delphia Prima Jaya yang berjumlah 75 Responden, dengan melakukan analisis untuk menguji data-data yang sudah didapatkan dari responden yang bermetode kuantitatif. Penelitian ini melakukan beberapa uji, yaitu uji validitas dinyatakan valid karena ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari pada ( $r_{tabel}$ ), dan juga reliabilitas dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 , uji asumsi klasik, serta uji koefisien korelasi diterminasi dengan nilai adjusted R square 75,3%, yang menunjukkan bahwa hubungan antara produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian kuat, serta uji regresi linier berganda yang memiliki data yang telah dihasilkan yaitu  $Y_1 = 0,077 + 0.486 x_1 + 0.453 x_2 + 0.049 x_3$ , dan yang terakhir adalah hasil dari uji t terhadap beberapa variabel yaitu, pengujian uji t produk (X1) dinyatakan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) karena  $t_{hitung} 4.256 > t_{tabel} 1.99444$ , uji t harga (X2) dinyatakan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) karena  $t_{hitung} 4.610 > t_{tabel} 1.99444$ , uji t promosi (X3) dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) karena  $t_{hitung} 0.049 > t_{tabel} 1.99444$  dari hasil beberapa uji yang telah dilakukan, mendapatkan bahwa variabel produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, pengujian yang dilakukan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

*Kata kunci : Produk, harga, promosi, keputusan pembelian*



## **ABSTRACT**

*The decision making process effort is expected to begin by the fact that there preaches reconciliation and has ditched the need for it is to be fulfilled .The fulfilment of rudimentary living is related to a number of alternatives and it is requisite to it would be evaluated on an upcoming international seminar aimed at peaceful and steady in order to gain some held back the best from the world largest oil consumers perception .In in the process of this time consumers need information that have large numbers of out for their interests and the extent to which the drop will depend upon the customer s needs as well as the situation he who puts his trust .Pt indofood acquired misp shares decision of such a move would be carried out either by the use of the anglo saxons balancing the positive side with the negative side a product and or seeking for the best solution from the perspective of a consumers that make up the has been evaluated in terms of back .In this research the data collected through a method of of the questionnaire was against all the customers pt delphia prima jaya which holds a significant proportion of respondents there were a total of 75 To test by analyzing the data which has been obtained of the respondents who bermetode quantitative .This research do some test , namely the practical expressed valid because it ( r count ) were greater than on ( r table ) , and also because the value of reliability expressed it is reliable cronbach alpha greater than 0.6 , classical test , and test a correlation coefficient terminated with a value of adjusted r square 75,3 % , which showed that the relationship between products , the price of , promotion of the decision of the purchase of strong , and linear regression test and the worship of idols that has the data that has been produced which is  $y_1 = 0.077 + 0.486 x_1 + 0.453 x_2 + 0.049 x_3$  , and the last was the results of the t against several variables that is , testing t test the product (  $x_1$  ) expressed significant of the decision of the purchase of (  $y$  ) because t count 4.256 > t 1.99444 table t test of prices (  $x_2$  ) expressed significant of the decision of the purchase of (  $y$  ) because t count 4.610 > t 1.99444 table , t test promotion (  $x_3$  ) expressed do not affect significantly with the resolution of the purchase of (  $y$  ) because t count 0.049 > t table 1.99444 from the results of some test that has been carried out , get that product and price variable have a positive influence and significant with purchase decision , tests carried out using t test show that the independent variable for which researched significant of the decision of the purchase , while variable promotion did not influence of the decision of the purchase .*

*Key word : Product, Price, Promotion, decision of the purchase*