

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SNACK TARO
NET DI JAKARTA**

**ARDI GIDOY
NIM. 7636120823**



**Tesis ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Magister Manajemen**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SNACK* TARO NET DI JAKARTA

Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

2016

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *snack* Taro Net di wilayah DKI Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan olah data *software* SPSS 17.0 dengan mengukur uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji persamaan regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis melalui uji parsial t, uji simultan (uji F) dan koefisien determinasi (R^2). Sampel yang diambil berjumlah 400 orang responden secara acak menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *snack* Taro Net di Jakarta.

Kata kunci : harga, kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian

ANALYSIS THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON THE PURCHASING DECISION OF SNACK TARO NET IN JAKARTA

Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

2016

ABSTRACT

This research purposed to analyzed the influence of price, product quality and promotion on the purchasing decision of snack Taro Net in DKI Jakarta. The analysis method used SPSS 17.0 software for Windows by measuring the validity, reliability, normality and multiple linear regression through partial t test, simultaneous test (F-test) and coefficient of determination (R^2). Respondent who are involved in this research were 400 peoples. Data collected by using questionnaire. The result of this research indicates that price has positive and no significant influence on purchasing decision, product quality and promotion have positive and significant influence on purchasing decision of snack Taro Net in Jakarta.

Key words : price, product quality, promotion and purchasing decision

RINGKASAN

A. Pendahuluan

Konsumen di Indonesia pada umumnya tidak loyal dalam mengkonsumsi makanan ringan karena sifat ingin mencoba-coba jika ada produk baru yang lebih menarik dan cenderung membeli produk dari perusahaan yang sudah ternama. Oleh karena itu, produsen dalam industri ini dituntut untuk melakukan terobosan bisnis yang baru agar dapat bersaing dan menghasilkan produk yang diinginkan serta dapat diterima oleh konsumen. Sebagai salah satu merek makanan ringan yang paling terkenal di Indonesia, produsen *snack* Taro Net perlu menerapkan studi perilaku konsumen pada pemasarannya terhadap keputusan pembelian agar dapat bersaing dengan kompetitornya.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif melalui pemilihan sampel dengan menggunakan *non probability sampling* secara *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya adalah orang tersebut merupakan pembeli atau pernah membeli produk *snack*

Taro Net di Jakarta. Instrumen berupa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Data diolah menggunakan *software SPSS 17.0 for Windows* untuk menguji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinieritas. Analisis persamaan dengan regresi linier berganda dan uji hipotesis yang meliputi uji parsial t, uji simultan (uji F) dan koefisien determinasi (R^2).

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa harga memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai t_{hitung} 0,435 < t_{tabel} 1,96 dan nilai *p-value* (sig) 0,676 > 0,05. Jika variabel harga ditingkatkan sebesar 1 (satu) satuan unit, maka keputusan pembelian tidak akan meningkat sebesar 0,017 satuan unit. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa kenaikan atau penurunan harga tidak berdampak signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang dijual atau ditawarkan. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai t_{hitung} 2,075 > t_{tabel} 1,96 dan nilai *p-value* (sig) 0,030 < 0,05. Jika variabel kualitas produk ditingkatkan sebesar 1 (satu) satuan unit, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,052 satuan unit. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa kenaikan atau penurunan kualitas produk berdampak signifikan terhadap kenaikan atau penurunan tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap

produk yang dijual atau ditawarkan. Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. $t_{hitung} 2,095 > t_{tabel} 1,96$ dan nilai *p-value* (sig) $0,001 < 0,05$. Jika variabel promosi ditingkatkan sebesar 1 (satu) satuan unit, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,096 satuan unit. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa promosi hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Adapun yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister dari program Pasca Sarjana Universitas Negeri Jakarta seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan secara jelas sesuai dengan norma kaidah-kaidah dan motivasi kerja penulisan tesis.

Apabila dikemudian hari seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai peraturan perundang-undangan yang terkait.

Jakarta, Agustus 2016

Ardi Gidoy

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan kasihNya yang berlimpah, penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Snack* Taro Net di Jakarta”. Tesis ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir untuk mendapatkan gelar Akademik Master pada Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana di Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penulisan tesis ini, penulis mendapatkan bantuan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Djaali selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Moch Asmawi, M.Pd selaku Direktur Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Dr. Muhamad Rizan, SE, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sekaligus Pembimbing I yang meluangkan waktu untuk membimbing, memberi petunjuk teknis, memberi kritik dan saran hingga tesis ini selesai
4. Bapak Dr. Saparuddin M., SE, M.Si sebagai pembimbing II yang dengan sabar meluangkan waktu untuk membimbing, memberi petunjuk teknis, memberi kritik dan saran hingga tesis ini selesai.

5. Bapak dan Ibu Dosen serta pengelola Magister Manajemen Universitas Jakarta yang telah mendidik dan membimbing selama studi.
6. Orang tua dan Istriku Hana yang telah memberikan dorongan, cinta dan dukungan semangat yang tiada henti.
7. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan tesis ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jakarta, Agustus 2016

Ardi Gidoy