

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI, STRATEGI HARGA,
DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI MEIKARTA PADA
WARGA BEKASI**

**SAHDINI PERMATASARI
8215123410**



**Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

The Influence of Promotion Strategy, Pricing Strategy, and Location on Meikarta Buying Interest in Bekasi Residents.

SAHDINI PERMATASARI
8215123410



Thesis is Written as One of The Requirement for Getting Bachelor Degree of Economics on Faculty of Economics State University of Jakarta

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2019

ABSTRAK

SAHDINI PERMATASARI. Pengaruh Strategi Promosi, Strategi Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Meikarta pada Warga Bekasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Mengetahui pengaruh dan signifikan strategi promosi terhadap minat beli Meikarta pada warga Bekasi. (2) Mengetahui pengaruh dan signifikan strategi harga terhadap minat beli Meikarta pada warga Bekasi. (3) Mengetahui pengaruh dan signifikan lokasi terhadap minat beli Meikarta pada warga Bekasi. Pengumpulan data menggunakan menggunakan metode survei. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Populasi diambil dari warga Bekasi yang pernah melihat promosi yang dilakukan Meikarta namun belum pernah membeli atau memiliki unit apartemen Meikarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 200 orang responden menggunakan metode purposive sampling. Dalam mengolah data yang terkumpul, peneliti menggunakan *software* SPSS versi 22.

Kata kunci: Strategi Promosi, Strategi Harga, Lokasi, Minat Beli, Meikarta, Warga Bekasi.

ABSTRACT

SAHDINI PERMATASARI. *The Influence of Promotion Strategy, Pricing Strategy, and Location on Meikarta Purchase Interest in Bekasi Residents.*

The purpose of this study is to: (1) Knowing the effect and significant promotion strategy on Meikarta's buying interest in Bekasi residents. (2) Knowing the effect and significant of pricing strategy on Meikarta's buying interest in Bekasi residents. (3) Knowing the effect and significant of location on Meikarta's buying interest in Bekasi residents. Data collection uses using the survey method. The type of research conducted is quantitative research using descriptive methods. The population is taken from Bekasi residents who have seen Meikarta's promotions but have never bought or own Meikarta apartment unit. The number of samples in this study were 200 respondents using purposive sampling method. In processing the collected data, researchers used SPSS version 22 software




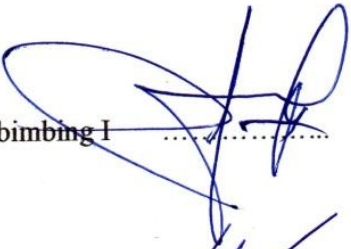

Keywords: Promotion Strategy, Pricing Strategy, Location, Purchase Intention, Bekasi Residents.

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana E. S., M. Bus
NIP.19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001	Ketua		23 Agustus 2019
2. <u>Rahmi, SE., M.S.M</u> NIP. 198305012018032001	Sekretaris		23 Agustus 2019
3. <u>Dr. Mohammad Rizan, SE., M.M</u> NIP. 197206272006041001	Penguji Ahli		23 Agustus 2019
4. <u>Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M</u> NIP. 197404162006041001	Pembimbing I		23 Agustus 2019
5. <u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP. 198404082019031003	Pembimbing II		23 Agustus 2019

Tanggal Lulus: 21 Agustus 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Agustus 2019,
Yang membuat pernyataan



Sahdini Permatasari
No.Reg. 8215123410

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan pada waktunya, serta kepada semua pihak yang telah mendukung sehingga praktikan dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dengan judul, **“Pengaruh Strategi Promosi, Strategi Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Meikarta pada warga Bekasi”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, praktikan mengucapkan terimakasih kepada:

1. Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M. selaku pembimbing satu peneliti dalam penyusunan skripsi.
2. Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku dosen pembimbing dua dalam penyusunan skripsi
3. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Suherman, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
5. Uep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku Wakil Dekan I yang membantu dan memberikan saya kesempatan untuk bisa mengikuti skripsi sampai akhir
6. Dr. Mohamad Rizan, M.M selaku penguji dalam kelulusan skripsi
7. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku penguji dalam kelulusan skripsi
8. Rahmi, SE., MSi selaku penguji dalam kelulusan skripsi
9. Kedua orang tua yang telah memberikan doa dan semangat tiada henti
10. Anak saya tercinta, De Topaz Ghani Elfath yang menjadi semangat terbesar saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman angkatan 2012 yang berjuang bersama sama dalam menyelesaikan skripsi ini

12. Para junior di Universitas Negeri Jakarta yang mendukung, mengarahkan, mengingatkan, serta memberikan informasi terkait dengan skripsi ini
13. Shafwan Nivardi yang mendukung dan membantu memfasilitasi penyelesaian skripsi ini
14. Seluruh staff Universitas Negeri Jakarta yang membantu kelengkapan berjalannya skripsi ini
15. Rekan-rekan lain yang tidak dapat praktikan sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan dan jauh dari sempurna. Untuk itu Peneliti mohon maaf atas kesalahan penulisan. Peneliti juga mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar menjadi lebih baik lagi. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 19 Agustus 2019

Sahdini Permatasari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN TEORETIS.....	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Minat Beli	16
2. Strategi Promosi.....	19
3. Strategi Harga	35
4. Lokasi	45
B. Hasil Penelitian yang Relevan	48
C. Kerangka Teoretis	59
D. Perumusan Hipotesis.....	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	63
A. Tempat dan Waktu Penelitian	63
1. Tempat Penelitian.....	63
2. Waktu Penelitian	63
B. Metode Penelitian	63
C. Populasi dan Sampel	64
D. Teknik Pengumpulan Data	65

1. Jenis Data	65
2. Sumber Data	66
3. Metode Pengumpulan Data	66
E. Operasionalisasi Variabel Penelitian	67
1. Variabel Penelitian	67
2. Definisi Operasional Variabel	67
F. Teknik Analisis Data	71
1. Statistik Deskriptif	71
2. Uji Kualitas Data	72
3. Uji Asumsi Klasik	73
4. Analisis Regresi	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
A. Deskripsi Unit Analisis/Observasi	79
1. Karakteristik Responden	79
2. Deskripsi Data	83
B. Pengujian Hipotesis	89
1. Uji Instrumen	89
2. Uji Asumsi Klasik	92
3. Analisis Regresi	97
4. Interpretasi Hasil Penelitian	101
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	104
A. Kesimpulan	104
B. Implikasi	105
C. Saran-Saran	106
1. Saran-saran untuk penelitian lanjutan	106
2. Saran-saran yang ditujukan untuk Meikarta	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	111

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Tipe Apartemen Meikarta.....	11
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	58
Tabel III.1	Skala Likert.....	66
Tabel III.2	Operasional Variabel	69
Tabel IV.1	Analisis Deskriptif Strategi Promosi	83
Tabel IV.2	Analisis Deskriptif Strategi harga.....	85
Tabel IV.3	Analisis Deskriptif Lokasi	86
Tabel IV.4	Analisis Deskriptif Minat Beli.....	88
Tabel IV.5	Uji Validitas	90
Tabel IV.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	91
Tabel IV.7	Hasil Uji Normalitas	92
Tabel IV.8	Hasil Uji Linearitas Antara Variabel Strategi Promosi dengan Variabel Minat beli.....	93
Tabel IV.9	Hasil Uji Linearitas Antara Variabel Strategi harga dengan Variabel Minat Beli.....	94
Tabel IV.10	Hasil Uji Linearitas Antara Variabel Lokasi dengan Variabel Minat beli.....	94
Tabel IV.11	Hasil Uji Multikolinearitas	95
Tabel IV.12	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	97
Tabel IV.13	Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda	98
Tabel IV.14	Hasil Uji F (ANOVA) Variabel Independen Strategi promosi, Strategi harga, dan Minat beli terhadap Variabel Dependen Minat beli.....	99
Tabel IV.15	Hasil Analisis Determinasi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Dana insentif untuk tenaga promosi Meikarta	5
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	61
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	81
Gambar IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian	111
Lampiran 2 Output Validitas Product Moment Pearson Correlation Uji Validitas Variabel Strategi Harga	116
Lampiran 3 Uji Reliabilitas Variabel Lokasi	120
Lampiran 4 Uji Normalitas	124