

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DAN PROMOSI DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN PT.ASCO
PRIMA MOBILINDO DI JAKARTA**

**ASRILIA
8135128117**



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

***THE CORRELATION BETWEEN PRICE AND PROMOTION
WITH PURCHASE DECISION OF CONSUMER ON PT.ASCO
PRIMA MOBILINDO JAKARTA***

ASRILIA

8135128117



*Building
Future
Leaders*

***Skripsi is Organized As One of The Requirements For Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2016

ABSTRAK

ASRILIA , Hubungan Antara Harga Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen PT.Asco Prima Mobilindo Di Jakarta. Skripsi, Jakarta, Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Jakarta, selama dua bulan terhitung sejak Maret 2016 sampai dengan Mei 2016. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Hubungan Antara Harga Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen PT.Asco Prima Mobilindo Di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT.Asco Prima Mobilindo di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *Purposive sampling* sebanyak 70 konsumen . Persamaan regresi yang dihasilkan untuk variabel harga dengan keputusan pembelian adalah $\hat{Y} = 69.529 + 0.532X$ sedangkan persamaan regresi yang dihasilkan untuk variabel promosi dengan keputusan pembelian adalah $\hat{Y} = 75.782 + 0.389X$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan Uji normalitas menghasilkan $L_{hitung} = 0,567$ untuk Keputusan Pembelian; Harga memiliki $L_{hitung} =$ sebesar 0,476 dan data Promosi memiliki $L_{hitung} = 0,698$ dengan L_{tabel} untuk $n = 70$ pada taraf signifikan 0.05 adalah 0,1059. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi variabel harga dengan keputusan pembelian menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $48,615 < 3,98$ dan variabel promosi dengan keputusan pembelian menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $31,930 < 3,98$, sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi dari variabel harga dengan keputusan pembelian menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $48,615 > 3,98$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan dan dari variabel promosi dengan keputusan pembelian menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $31,930 > 3,98$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *product moment* dari *pearson* dari variabel harga dengan keputusan pembelian menghasilkan $r_{xy} = 0,646$, sedangkan koefisien korelasi *product moment* dari *pearson* dari variabel promosi dengan keputusan pembelian menghasilkan $r_{xy} = 0,565$, selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi pada variabel harga dengan keputusan pembelian dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 6,972$ dan $t_{tabel} = 1,666$, sedangkan uji keberartian koefisien korelasi pada variabel promosi dengan keputusan pembelian dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 5,651$ dan $t_{tabel} = 1,666$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien pada variabel harga dengan keputusan pembelian menghasilkan korelasi $r_{xy} = 0,646$ adalah signifikan sedangkan variabel promosi dengan keputusan pembelian menghasilkan korelasi $r_{xy} = 0,565$ adalah signifikan . Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 41,7% yang menunjukkan bahwa 41,7% variabel Keputusan Pembelian ditentukan oleh Harga , sedangkan koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 31% yang menunjukkan bahwa 31 % variabel keputusan pembelian ditentukan oleh promosi.

ABSTRACT

ASRILIA, The Correlation Between Price and Promotion With Purchase Decision of Consumer On PT.Asco Prima Mobilindo Jakarta

This research was conducted in the area of Jakarta, for Duaa months, starting from March 2016 to May 2016. The purpose of this study is to determine the Relationship Between Price And Promotion With Consumer Purchasing Decisions In PT.Asco Prima Mobilindo In Jakarta. The method used is survey method with the correlational approach, the population in this study is that consumers PT.Asco Prima Mobilindo in Jakarta. The sampling technique used was purposive sampling with as many as 70 customers. The resulting regression equation to variable price with the purchase decision is $0.532X + Y = 69\ 529$ while the regression equations generated for sale with the purchase decision variable is $y = 75\ 782 - 0.389X$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with normality test produces $L_{hitung} = 0.567$ for Purchase Decision; Prices have $L_{hitung} =$ amounted to 0.476 and Promotion of data have to L_{tabel} $L_{hitung} = 0.698$ for $n = 70$ at 0:05 significant level is 0.1059. Because $L_{hitung} < L_{tabel}$ the error estimates Y over X normal distribution. Linearity Regression Test variable purchase price with the decision to produce $F_{hitung} < F_{tabel}$ is 48, 615 <3.98 and promotion with purchase decision variables to produce $F_{hitung} < F_{tabel}$ is 31, 930 <3.98, so it was concluded that the linear regression equation. Test the significance of the regression of the variable purchase price with the decision to produce $F_{hitung} > F_{tabel}$ ie, 48.615 > 3.98, so it can be inferred that the regression equation is significant and variable promotions with purchasing decisions produce $F_{hitung} > F_{tabel}$ ie, 31.930 > 3.98, so it can be concluded that the regression equation significantly. The correlation coefficient product moment of Pearson of the variable price with the purchase decision to produce $r_{xy} = 0.646$, while the coefficient of correlation product moment of Pearson of variable promotions with the purchase decision to produce $r_{xy} = 0.565$, then test the significance of correlation coefficient on the variable price with purchase decisions by using test t and $t = 6.972$ and the resulting table = 1.666, while the significance test of correlation coefficient on the variable promotion with purchase decisions by using the t test and the resulting $t = 5.651$ and $t_{table} = 1.666$. Thus, it can be concluded that the coefficient on the variable purchase price with the decision to produce a correlation $r_{xy} = 0,646$ is significant while variable promotions with the purchase decision resulted in a correlation $r_{xy} = 0.565$ is significant. The coefficient of determination obtained 41.7%, which shows that 41.7% variable purchase decision is determined by the price, while the coefficient of determination obtained by 31%, showing that 31% of purchasing decisions are determined by variable promotion.

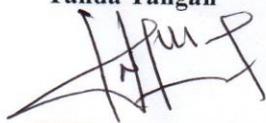
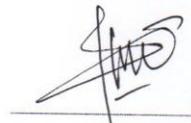
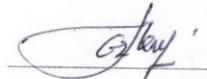
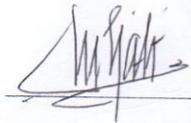
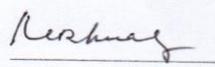
LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana E.S. M. Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM., M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Ketua Penguji		_____
2. <u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985030211	Penguji Ahli		_____
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Sekretaris		_____
4. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Pembimbing I		_____
5. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing II		_____

Tanggal Lulus: 23 Juni 2016

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 dikemudian 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 Juni 2016

Yang membuat pernyataan



Asriid

No. Reg. 8135128117

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN



“Hidup adalah perjuangan, mewujudkan mimpi untuk menjadikan kenyataan, dan jika mimpimu terindah namun kenyataan yang ada berbalik 180 derajat dari mimpimu maka itu adalah kesempatan yang tertunda, kau masih mempunyai waktu selagi nafas masih di dada dan janganlah berhenti berjuang selama kau ingin hidupmu seindah mimpimu, tapi jika kau hanya ingin menikmati mimpimu maka janganlah kau bangun dari mimpimu namun jika kau berjuang maka jangan pernah melupakan tidurmu karena karena tidurmu kau bertemu mimpimu

Alhamdulillah hirobil alamin...

Bersyukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala, karena saya dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk semua orang yang telah mendoakan dan mendukung saya selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Harga dan Promosi dengan Keputusan Pembelian pada konsumen PT.Asco Prima Mobilindo di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Rochyati, M.Pd selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, arahan, dukungan, kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Dra. Nurahma Hajat, M.Si selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu dan tenaga dalam membimbing serta memberikan ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada peneliti.
3. Drs. Dedi Purwana, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga dan sekaligus selaku dosen pembimbing akademik yang sudah membantu dan memberikan dukungan selama perkuliahan berlangsung.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Konsumen PT.Asco Prima Mobilindo Jakarta yang telah meluangkan waktunya dan bersedia menjadi responden.
7. Nenek tersayang yaitu Resmiati yang selalu mendoakan dan mendukung cucunya dalam merampungkan tugas akhirnya agar memperoleh gelar sarjana.
8. Untuk Abah dan Bunda yang telah menyemangati dan selalu mendoakan saya serta mendukung saya selama menempuh pendidikan pertama hingga tingkat perkuliahan strata satu selesai.
9. Untuk Papah dan Mamah yang telah kembali bersama saya sehingga di tingkat akhir ini keberadaan mereka membuat saya lebih semangat untuk dapat menyelesaikan perkuliahan strata satu ini.
10. Keluarga besar saya, yang selalu memberikan semangat baik secara materil maupun moril serta mendoakan yang terbaik.
11. Kaka saya yaitu Fransiska Christiyanti yang membantu serta mengajarkan saya dalam membuat skripsi dengan baik.
12. Bintang meskipun jauh tetapi selalu menyemangati dan mendengar segala keluhan saya, dan membuat saya semangat kembali untuk dapat menyelesaikan skripsi ini
13. Para sahabat yaitu Katanda , Adly Suyud, Dini Ariska, Maya, Febri Pratiwi, Sherly, Toni Eka Putra, Ridho Usto, Maria Grace Valentina, Zaenal Arifin, Dian Arum Sinta, Ochi Rahman, Wiko Fredi, Rangga Adisaputra, Chatya Christanovia dan Pramudita K Wardhani yang menyemangati saya meskipun dengan cara yang berbeda.

14. Teman-teman Pendidikan Tata Niaga Non Reguler 2012 terutama Eka Sariandriyani, Riza Noviyarni, Nindira Martha, Linda Rosiana, Aulia Hasanah, Nita Nursilviyani, Dini Aulia Nur Oktavia, Siti Yuniati, Siti Maryam, Rifal Baihaqi, Hadi Nugroho, Lia Mashitoh dan Muhammad Dwi Setiawan, Wahyu Rifandi yang telah memberikan semangat serta membantu saya jika kurang mengerti bagaimana menyelesaikan tugas akhir ini.

15. Teman –teman satu jurusan saya yang telah membantu terutama khairunnisa, Wanda dan Tiara Puspa

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun skripsi ini masih jauh sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran, kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juni 2016

Asrilia