

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI
GOOD DAY KEMASAN SIAP MINUM
(Studi Kasus Wilayah Bojong Indah, Jakarta Barat)**

SKRIPSI
Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



**DANA BUDI ARTA
2013-11-074**

**PROGRAM STUDI S-1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
2018**



UNIVERSITAS ESA UNGGUL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : DANA BUDI ARTA
NIM : 2013-11-074
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Good Day Kemasan Siap Minum. (Study Kasus Di Wilayah Bojong Indah, Jakarta Barat)

Jakarta, 5 Februari 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Pembimbing

(Drs. Sugiyanto, MM)

(Prof. Dr. Lia Amalia, MM)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi *Good Day* Kemasan Siap Minum (Studi kasus wilayah bojong indah)**”, sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana (S-1) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul Jakarta Barat.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini banyak pihak-pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak. Maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arief Kusuma AP, MBA, selaku Rektor Universitas Esa Unggul.
2. Bapak Dr. MF. Arrozi, M.SI, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul.
3. Bapak Drs. Sugiyanto, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul.
4. Ibu Prof. Dr. Lia Amalia, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing bidang materi yang bersedia untuk meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul yang selama ini membekali saya dengan ilmu yang bermanfaat.

6. Kedua orangtua yang telah memberikan doa, dukungan, kesabaran dan kasih sayangnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Anathasya Septia Pratiwi, Thomas Antonius, Hendy Lim, Steraly, Erwin Qoem serta Sahabat-sahabat (Armia, Hendra, Tangguh) yang selalu memberi semangat dan doanya.
8. Teman-teman satu bimbingan, serta teman-teman Ekonomi satu angkatan.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Demikian juga penulis ingin memohon maaf jika dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu saran dan kritik dari pembaca akan diterima guna memperbaiki dan mengembangkan penelitian ini. Semoga bimbingan dan nasehat yang diberikan kepada penulis menjadi bekal dikemudian hari.

Jakarta, Februari 2018

Dana Budi Arta

ABSTRAK

Dana Budi Arta. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Good Day Kemasan Siap Minum Studi Kasus Wilayah Bojong Indah (Dibimbing oleh Lia Amalia).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh variable kualitas produk, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus wilayah bojong indah).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 150. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t (parsial), uji F (simultan) dan R^2 dengan tingkat signifikansi 5%. Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kausalitas.

Dari hasil analisis data diperoleh bahwa secara parsial (uji t) bahwa kualitas produk, promosi, dan distribusi berpengaruh positif signifikan, terhadap keputusan pembelian kopi *good day* kemasan siap minum. dengan tingkat signifikansi kurang dari 5%. Secara simultan kualitas produk, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian terbukti signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi kurang dari 5% yaitu sebesar 0,000. Adjusted R^2 dari ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian sebesar 62.6% sedangkan sisanya 37.4 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar variabel bebas yang diamati oleh peneliti

Kata kunci :Kualitas Produk, Promosi, Distribusi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Dana Budi Arta. The Influence of Product Quality, Promotion, and Distribution Against Purchasing Decision Good Day Coffee Packaging Ready Drink Case Study of Bojong Indah Area (Supervised by Lia Amalia).

This study aims to see the effect of product quality variables, promotion, and distribution of purchasing decisions (case study of beautiful bojong area). The sampling technique used is purposive sampling, and obtained the number of samples as much as 150. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis and hypothesis test using t test (partial), F test (simultaneous) and R^2 with 5% significance level. The type of research conducted is a type of causality research.

From result of data analysis obtained that partially (t test) that product quality, promotion, and distribution have a significant positive effect to buying decision of good day coffee ready to drink packaging. with a significance level of less than 5%. Simultaneously product quality, promotion, and distribution to purchasing decision proved significant influence to purchasing decision with significance level less than 5% that is equal to 0.000. Adjusted R^2 of these three variables to the purchase decision of 62.6% while the remaining 37.4% influenced by other variables outside the independent variables observed by researchers

Keywords: Product Quality, Promotion, Distribution, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1 Kualitas Produk	12
2.2 Promosi	15
2.3 Distribusi.....	17
2.4 Keputusan Pembelian	17
2.5 Hasil Penelitian Sebelumnya	24
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.7 Hipotesis	29
2.8 Model Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Riset	31
3.2 Jenis dan Sumber Data	31
3.2.1 Jenis Data	31
3.2.2 Sumber Data	31
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel.....	32
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.4 Unit Analisis	33
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.6 Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Data Deskriptif/Karakteristik Responden	43
4.1.2 Uji Validitas	48
4.1.3 Uji Reliabilitas	50
4.1.4 Uji Regresi Linier Berganda	51
4.1.5 Uji Hipotesis	53
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi.....	56
4.1.7 Hasil Uji Dominan.....	57
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.3 Temuan Penelitian.....	60
4.4 Keterbatasan Penelitian	61
BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI HASIL PENELITIAN ..	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
5.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Top Brand Indeks Kopi Kemasan tahun 2012-2016	2
Tabel 1.2 Tabel Brand Value Kopi Tahun 2014 - 2016.....	3
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	36
Tabel 3.2 Tabel Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.1 Tabel Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.2 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.3 Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.4 Tabel Hasil Uji t.....	53
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi(R^2).....	56
Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji Dominan.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Pra Survey Kualitas Produk.....	6
Gambar 1.2 Gambar Pra Survey Promosi.....	7
Gambar 1.3 Gambar Pra Survey Distribusi.....	8
Gambar 2.1 Model Pengambilan Keputusan.....	22
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Gambar 4.2 Responden berdasarkan Usia	44
Gambar 4.3 Responden berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.4 Responden berdasarkan Penghasilan.....	46
Gambar 4.5 Responden berdasarkan Tempat membeli	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Data Tabulasi	66
LAMPIRAN II HASIL Uji Validitas	70
LAMPIRAN III HASIL Uji Reliabilitas, Uji R ² , Uji F, Analisis Regresi Linier Berganda	76
LAMPIRAN IV Kuesioner	79