



UNIVERSITAS ESA UNGGUL
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN

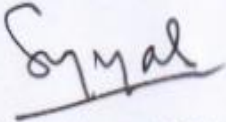
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dian Handayani Oktaviany
NIM : 2011-11-019
Program Studi : S-1 Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Shampoo Sunsilk." (Studi
Kasus Pada Wilayah Slipi, Jakarta Barat.)

Jakarta, 3 Maret 2015

Mengetahui,

Ketua Program Studi,


(Drs. Sugiyanto, MM)

Pembimbing


(Ari Anggarani W.P.T, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN



Nama : Dian Handayani Oktaviany
NIM : 2011-11-019
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Telah dinyatakan **lulus ujian skripsi** pada tanggal 27 Februari 2015 dihadapan pembimbing dan penguji dibawah ini:

Pembimbing,

(Ari Anggarani W.P.T, SE, MM)

Tim Penguji :

Ketua : Ari Anggarani W.P.T, SE, MM

Anggota : 1. Prof. DR. Lia Amalia, MM

2. Ir. Jatmiko, MBA

Jakarta, 3 Maret 2015

UNIVERSITAS ESA UNGGUL
Ketua Program Studi

(Drs. Sugiyanto, MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan Anugrah-Nya sehingga skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Shampoo Sunsilk.” (Studi Kasus Pada Wilayah Slipi, Jakarta Barat.)** dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul Jakarta.

Bimbingan, dorongan, kesabaran dan bantuan dari pengajar, rekan-rekan serta ketulusan hati dan keramahan dari banyak pihak, sangat membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak DR. Ir. Arief Kusuma A.P, MBA, selaku Rektor Universitas Esa Unggul.
2. Bapak DR. MF. Arrozi Adhikara, M.Si. Akt, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul Jakarta.
3. Bapak Drs. Sugiyanto, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah membantu pelaksanaan akademik selama ini.
4. Ibu Ari Anggarani W.P.T, SE, MM , selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran, dan perhatian dalam memberikan pengarahan dan petunjuk demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Ibu Prof. DR. Lia Amalia, MM selaku dosen penguji saya yang telah memberikan masukan tentang skripsi ini.
6. Bapak Ir. Jatmiko, MBA selaku dosen penguji saya yang telah memberikan masukan tentang skripsi ini.
7. Bapak dan ibu dosen program studi manajemen Universitas Esa Unggul yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan berbagai fasilitas bantuan dalam penulisan skripsi ini dan selama kuliah.
8. Kedua orang tua Alm. Sutrisno sebagai ayah, Ngaliah sebagai ibu, dan Kakak-Kakak saya yang telah memberikan kasih sayang, semangat, materi, serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Sahabat-sahabat Gagas, Renita, Stephani, Mirdananda, Diah Amalia, Rissa, Dewi, Itoh, Bayu, Cahyo, Bintang yang sangat special yang telah memberikan motivasi dan dukungan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Rifka, Wiendy, Alfi, Ani, Henrik, Elis selaku teman dalam satu bimbingan, Serta teman-teman Fakultas Ekonomi program studi Manajemen Universitas Esa Unggul
11. Kepada semua pihak yang tidak bias disebutkan satu per satu yang dengan sengaja maupun tidak sengaja memberikan bantuan, dorongan, dukungan, dan doa untuk penulis

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan penulisan. Semoga semua yang tertuang dalam skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi segala pihak.

Jakarta, Januari 2015

Penulis
Dian Handayani Oktaviany

ABSTRAKSI

DIAN HANDAYANI OKTAVIANY. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Shampoo Sunsilk. (Studi Kasus Pada Wilayah Slipi, Jakarta Barat) (dibimbing oleh Ari Anggarani W.P.T)

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap shampoo sunsilk. (studi kasus pada wilayah Slipi, Jakarta Barat). Variabel Independen terdiri atas kualitas produk, promosi dan harga, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Responden Penelitian ini adalah masyarakat yang ada pada di wilayah Slipi, Jakarta Barat yang membeli dan menggunakan shampoo sunsilk. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki nilai Signifikan sebesar 0,001 ($< 0,05$), promosi tidak memiliki nilai signifikan karena 0,669 ($< 0,05$), dan harga memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 ($< 0,05$). Sehingga kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, selain itu hasil penelitian menunjukan bahwa secara bersama-sama kualitas produk, promosi, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai signifikannya sebesar 0,000 ($< 0,05$).

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

DIAN HANDAYANI OKTAVIANY. *Analysis effect of product quality, promotion and price Against Consumer Purchase Decision Sunsilk shampoo . (A Case Study Areas Slipi , West Jakarta) (Supervisor of Ari Anggarani W.P.T)*

The research is aimed at the identification of product quality, promotion and price Against Consumer Purchase Decision Sunsilk shampoo . (A Case Study Areas Slipi , West Jakarta).

The independent variable consist of product quality, promotion, and price, while the dependent variable is the consumer purchase. The samples used in this study were 100 respondents, respondents of this study were people in Slipi, West Jakarta who've bought and have been using shampoo sunsilk. The method of analysis used in this study is multiple linear regression

The results showed that favorability of product quality has a significant value of 0,001 ($< 0,05$),, promotion has no significant value of 0,669 ($< 0,05$), and price has a significant value of 0,001 ($< 0,05$). So the favorability of product quality and price have a significant Against Consumer Purchase Decision, in addition to the results of the study showed that favorability of quality product, promotion, and price together have a significant influence on consumer purchase decision, because the significant value of 0,000 ($< 0,05$).

Keywords: Quality Product, Promotion, Price, Consumer Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	
1. Identifikasi Masalah	5
2. Pembatasan Masalah	6
C. Perumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	
1. Bagi Perusahaan	7
2. Bagi Pengguna lain	7
3. Bagi Peneliti	8
F. Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran	10
B. Kualitas Produk	13
C. Promosi	15
D. Harga	19
E. Keputusan Pembelian	21
F. Penelitian Terdahulu	23
G. Kerangka Berpikir	29
H. Model Penelitian	30
I. Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	32
B. Jenis dan Sumber Data	
1. Jenis Data	32
2. Sumber Data	32
C. Populasi dan Sampel	
1. Populasi	33
2. Sampel	33
D. Metode Pengumpulan Data	
1. Wawancara	34
2. Kuisioner	34
E. Metode Analisis Data	
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	

a. Uji Validitas	35
b. Uji Reliabilitas	36
2. Analisis Regresi Linier Berganda	38
3. Uji F, Uji T	38
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40

BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	
1. Sejarah Perusahaan	42
2. Visi dan Misi Perusahaan	45
3. Shampoo Sunsilk	46
a. Perkembangan Shampoo Sunsilk	46
b. Produk-Produk Shampoo Sunsilk	48
B. Karakteristik Responden	52
1. Berdasarkan Usia	53
2. Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
3. Berdasarkan Jenis Pekerjaan	56
4. Berdasarkan Frekuensi Shampoo Sunsilk	57

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas	59
B. Uji Reliabilitas	61
C. Regresi Linier Berganda	61
D. Uji F	64
E. Uji T	65

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	67
B. Saran-Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
DAFTAR LAMPIRAN.....	71
KUESIONER.....	72
HASIL UJI PRE-TEST.....	76
HASIL UJI PENELITIAN	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Brand Share Shampo Tahun 2010-2013	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 5.3 Hasil Analisis Regresi	62
Tabel 5.4 Hasil Analisis Uji F	64
Tabel 5.5 Hasil Analisis Uji T	65

\

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Konsep Inti Pemasaran	13
Gambar 2. Proses keputusan Pembelian	22
Gambar 3. Kerangka Berpikir	29
Gambar 4. Model Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Sunsilk Black Shine	48
Gambar 4.2 Sunsilk Anti Dandruff.....	49
Gambar 4.3 Sunsilk Soft & Smooth	49
Gambar 4.4 Sunsilk Clean & Fresh	50
Gambar 4.5 Sunsilk Hair Fall Solution.....	50
Gambar 4.6 Sunsilk Damage Treatment.....	51
Gambar 4.7 Sunsilk Frizz and Weather Defense	51
Gambar 4.8 Sunsilk Lively Straight.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

	.Halaman
Lampiran 1. Lampiran Kuisisioner.....	72
Lampiran 2. Hasil Uji Pre-Test.....	76
Lampiran 3. Hasil Uji Penelitian	81