

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Konsumen Rumah Mantan Cafe Rawamangun)

SKRIPSI

NABILA OKTAVIANI

21150000305



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MLENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA -1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi kasus pada konsumen Rumah Mantan cafe Rawamangun)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya, jika kemudian hari dapat di buktikan bahwa terdapat unsur tiruan, diduplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang undangan yang berlaku.

Jakarta, 29 Agustus 2019



NABILA OKTAVIANI
21150000305

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN

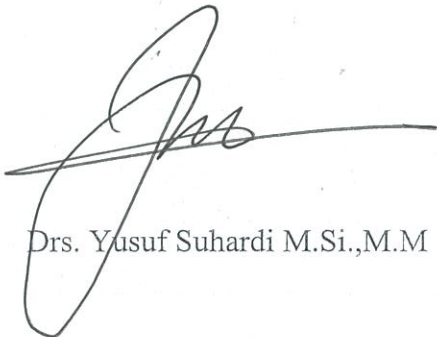
(Studi kasus pada konsumen Rumah Mantan Cafe Rawamangun)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs.Yusuf Suhardi M.Si.,M.M dan diketahui oleh kepala program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di program Studi S-1 manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 29 Agustus 2019

Pembimbing

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Drs. Yusuf Suhardi M.Si.,M.M



Drs. Sumitro. M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN




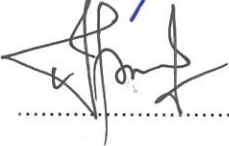
Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PROMOSI, HARGA DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN

(studi pada konsumen Rumah Mantan Cafe Rawamangun)

Telah diuji dalam satu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 13 September 2019 dengan nilai **B+**

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Drs. Sumitro. M.Sc
(Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2.  : Drs. Yusuf Suhardi M.Si.,M.M
(Dosen Pembimbing)
3.  : Rama Chandra S.E., M.E
(Anggota Penguji)
4.  : Imelda Aprileny S.E.,ME
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat di selesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis sampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi. M.Si., M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk membantu kelancaran skripsi ini.
2. Bapak Rama Chandra SE., ME dan Ibu Imelda Aprileny SE., ME yang telah meluangkan waktu untuk memberi saran dan memberi kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong MSc. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta (Bapak Salman Alfarisi dan Ibu Haryati) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam keadaan apapun, baik moril maupun materil serta doa dan motivasi agar penulis bisa menyelesaikan kuliah tepat waktu.
7. Kakak tercinta Ilhamsyah dan Nur Rohmah, yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan membantu dalam mengerjakan skripsi.
8. Pihak Rumah Mantan Cafe yang telah memberikan izin peneliti dan banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.

9. Seluruh sahabat tercinta Fina Kurniawati, Rian Tri Putro, Joshua Haposan, Rivaldi Achmad, Megawati, Annisa Febriani dan Wati Setianingsih yang selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman teman kelas E angkatan 2015 manajemen yang telah menjadi teman seperjuangan.
11. Semua pihak yang mendukung yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan dan saran.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 29 Agustus 2019

NABILA OKTAVIANI
21150000305

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai aktivis akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabila Oktaviani
NPM : 21150000305
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada konsumen Rumah Mantan Cafe Rawamangun)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti *Noneksklusif* ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 29 Agustus 2019

Yang Menyatakan

Nabila Oktaviani

Nama : Nabila Oktaviani NPM : 21150000305 Program S1 – Manajemen	Dosen Pembimbing Drs. Yusuf suhardi M.Si.,M.M
PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada konsumen Rumah Mantan Cafe Rawamangun	
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, harga dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada Rumah Mantan Cafe Rawamangun.</p> <p>Penelitian ini menggunakan strategi penelitian asosiatis pendekatan kuantitatif, yang diukur dengan menggunakan metode koefisien determinasi dengan SPSS 22.00. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Rumah Mantan Cafe. <i>Sampling</i> Ditentukan berdasarkan metode <i>nonprobability sampling</i>, dengan jumlah sampel 68 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan kepustakaan. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji f.</p> <p>Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial dan simultan promosi, harga dan word of mouth berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian.</p>	
<p><i>Kata kunci : Promosi, Harga, Word of Mouth, Keputusan Pembelian</i></p>	

Name : Nabila Oktaviani NPM : 21150000305 Study Program S1 – Management	Supervisor Drs. Yusuf suhardi M.Si.,M.M
INFLUENCE OF PROMOTION, PRICE AND WORD OF MOUTH TOWARDS PURCHASE DECISION PROCESS (Studies on consumers Rumah Mantan Cafe Rawamangun)	
<p>ABSTRACT</p> <p>This study aims to determine how much influence the promotion, price and word of mouth on purchasing decisions at Rumah Mantan Cafe Rawamangun.</p> <p>This study uses an associative research strategy quantitative approach, which is measured using the coefficient of determination method with SPSS 22.00 The population of this study is all consumers in the Rumah Mantan Cafe. Sampling Determined based on the method of nonprobability sampling, with a sample of 68 respondents. Data collection techniques using questionnaires and literature. Hypothesis testing using t test and f test.</p> <p>The results of the study prove that partial and simultaneous promotion, price and word of mouth have a significant effect on the purchasing decision process.</p>	
<p><i>Keywords : Promotion, Price, Word of Mouth, Purchase Decisions</i></p>	

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN	
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Review Hasil Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	10
2.2.2. pengertian Promosi.....	13
2.2.3 Pengertian Harga.....	15
2.2.4 pengertian Word of Mouth.....	19
2.2.5 Pengertian Proses Keputusan Pembelian.....	22
2.3 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	24

2.3.1 Keterkaitan Promosi terhadap proses Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2 Keterkaitan Harga terhadap proses Keputusan Pembelian.....	24
2.3.3 Keterkaitan Word of Mouth terhadap proses Keputusan Pembelian.....	25
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	26
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1. Populasi.....	27
3.2.2. Sampel Penelitian.....	27
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4 Operasionalisasi Pengumpulan Data.....	29
3.4.1. Instrumen Variabel Penelitian.....	29
3.5 Metode Analisis Data.....	33
3.5.1. Uji Validitas.....	33
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	33
3.6. Metode Analisis Data.....	33
3.6.1. Metode Pengolahan data dan penyajian data.....	33
3.6.2. Analisis Statistik Data.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi objek penelitian.....	37
4.2. Deskripsi Responden.....	38
4.3. Deskripsi Data.....	39
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	41
4.4.1. Uji Validitas.....	41
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	43

4.5. Analisis Statistik Data.....	45
4.5.1. Hipotesis 1.....	46
4.5.2. Hipotesis 2.....	48
4.5.3. Hipotesis 3.....	50
4.5.4. Hipotesis 4.....	52
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	54
5.2. Saran.....	55
DAFTAR REFERENSI.....	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Ketentuan pengukuran instrumen penelitian.....	28
Tabel 3.2. Variabel, Indikator dan sub indikator penelitian.....	30
Tabel 3.3. Interpretasi terhadap koefisien korelasi.....	35
Tabel 4.1. Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
Tabel 4.2. Data responden berdasarkan usia.....	38
Tabel 4.3. Validitas instrumen penelitian Promosi.....	41
Tabel 4.4. Validitas instrumen penelitian Harga.....	42
Tabel 4.5. Validitas instrumen perbutir Word of Mouth.....	42
Tabel 4.6. Validitas instrumen perbutir Keputusan pembelian.....	43
Tabel 4.7. Pengujian Reabilitas variabel Promosi.....	43
Tabel 4.8. pengujian Reabilitas variabel Harga.....	44
Tabel 4.9. Pengujian Reabilitas variabel Word of Mouth.....	44
Tabel 4.10. Pengujian Reabilitas variabel Keputusan pembelian.....	45
Tabel 4.11. Hasil Reabilitas Instrumen.....	45
Tabel 4.12. Koefisien Korelasi Parsial Promosi terhadap proses keputusan pembelian.....	46
Tabel 4.13. Koefisien Korelasi Parsial harga terhadap proses keputusan pembelian.....	48
Tabel 4.14. Koefisien Korelasi Parsial WoM terhadap proses keputusan pembelian.....	50
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi Berganda.....	52
Tabel 4.17. Tabel Anova.....	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Kerangka Konseptual penelitian.....	26
Gambar 4.1. Diagram skala likert variabel Promosi.....	39
Gambar 4.2. Diagram skala likert variabel Harga.....	40
Gambar 4.3. Diagram skala likert variabel Word of Mouth.....	40
Gambar 4.4. Diagram skala likert variabel Keputusan Pembelian.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner penelitian.....	58
Lampiran 2. Skor variabel promosi.....	63
Lampiran 3. Skor variabel harga.....	65
Lampiran 4. Skor variabel word of mouth.....	67
Lampiran 5. Skor variabel keputusan pembelian.....	69
Lampiran 6. Hasil uji validitas variabel promosi.....	71
Lampiran 7. Hasil uji validitas variabel harga.....	72
Lampiran 8. Hasil uji validitas variabel word of mouth.....	73
Lampiran 9. Hasil uji validitas variabel proses keputusan pembelian.....	74
Lampiran 10. Hasil uji reliabilitas variabel Promosi.....	75
Lampiran 11. Hasil uji reliabilitas variabel Harga.....	76
Lampiran 12. Hasil uji reliabilitas variabel word of mouth.....	77
Lampiran 13. Hasil uji reliabilitas variabel proses keputusan pembelian.....	78
Lampiran 14. Koefisien Korelasi parsial dan berganda.....	79
Lampiran 15. Surat riset penelitian.....	82
Lampiran 16. Daftar riwayat hidup peneliti.....	83