



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

JAKARTA INTERNASIONAL COLLEGE

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB ZOYA

**(STUDI KASUS PADA OUTLET ZOYA PASAR BARU, BANDUNG,
JAWA BARAT)**

SKRIPSI

DONI MARTIN

1515.1111.735

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT

MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA

SATU

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, Agustus 2019

Ttd,



DONI MARTIN

1515.1111.735

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNASIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Doni Martin
NIM : 1515.1111.735
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya (studi kasus pada outlet Zoya pasar baru, Bandung, Jawa Barat)

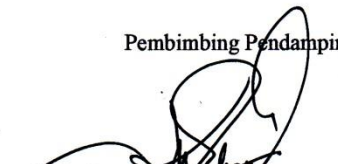
Jakarta, Agustus 2019

Pembimbing Utama



(Zurlina Lubis, SE. MM)

Pembimbing Pendamping



(Kaswandi Z, SE. MM)

Mengetahui,

Puket I Bidang Akademik STIE JIC



STIE JIC
(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Skripsi diselenggarakan tanggal...05...September 2019

TIM PENGUJI

NAMA

TANDA TANGAN

Ketua : Drs. H. Arjuna, W, MM



Anggota : 1. Drs. H. Arjuna, W, MM



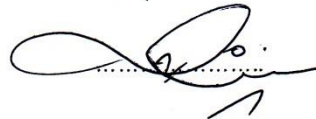
2. Dr. Evi Susanti, SE, MM



3. Kaswandi, Z, SE, MM



4. Zurlino, Lubis, SE MM



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas karunia dan nikmat-Nya selama penulis mengerjakan tugas akhir ini sampai penyelesaiannya dengan judul **“Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya (studi kasus pada outlet Zoya, Pasar Baru, Bandung, Jawa Barat)”**.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta Internasional College.

Penelitian ini disusun berdasarkan acuan-acuan teori dan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penulis berharap agar penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan acuan untuk menganalisa keputusan pembelian bagi penulisan lain dan perusahaan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih penulis berikan, terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, MM, selaku Ketua STIE Jakarta Internasional College
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, selaku Puket I dan PLT Kaprodi Manajemen STIE Jakarta Internasional College
3. Ibu Zurlina Lubis, SE. MM, sebagai Pembimbing utama skripsi ini yang sudah begitu baik dan sabar menghadapi penulis dalam membantu menyelesaikan skripsi ini
4. Bapak Kaswandi Z, SE. MM, sebagai pembimbing pendamping skripsi ini yang tak kalah sabarnya dan baik dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh staf STIE Jakarta Internasional College yang sangat membantu selama penulis menjalankan perkuliahan

6. Pimpinan dan Karyawan PT. SHAFIRA CORPORATION ENTERPRISE (Cabang Pasar Baru, Bandung) yang telah memberikan data dan informasi yang dibutuhkan bagi penulis
7. Ibu dan Bapak tercinta dan tersayang yang begitu ananda rindukan yang sudah bahagia di Surga yang mungkin mendoakan ananda disini atas kesuksesan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Teman-teman angkatan 2015-2019 dan seluruh keluarga besar STIE Jakarta Internasional College yang sudah membantu dalam dukungan berupa semangat, motivasi dan do'a.
9. Teman-teman dan sahabat baik ditempat kerja, kampus, maupun dirumah yang selalu memberikan keceriaan, doa serta dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis menghargai saran maupun kritik untuk membuat tugas akhir ini lebih baik. Terakhir penulis mengharapkan semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan dapat dijadikan acuan penelitian-penelitian mendatang.

Jakarta, Agustus 2019

Penulis

Doni Martin

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTNGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademika STIE Jakarta Internasional College saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Doni Martin
NIM : 1515.1111.735
Program Studi : S1 Manajemen Pemasaran
Jenis Karya : Skripsi

Demi pembangunan ilmu pengetahuan, menetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta Internasional College Hak Bebas Royalti Non eksklusif atas skripsi saya yang berjudul:

“Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya (studi kasus pada outlet Zoya, Pasar Baru, Bandung, Jawa Barat)”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini STIE Jakarta Internasional College berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis /pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Jakarta, Agustus 2019


Doni Martin

ABSTRACT

Doni Martin, 1515.1111.735, **The Effect of Prices and Promotions on Zoya Hijab Purchasing Decisions (case study at Zoya outlet, Pasar Baru, Bandung, West Java)**. 107 pages, 44 tables, 5 pictures, Jakarta 2019.

This study discusses the effect of prices and promotions on the decision to purchase Hijab Zoya. The purpose of this study was to determine how much influence the price and promotion of the zoya hijab purchase decision. This research was conducted at the Outlet Zoya Pasar Baru branch, Bandung, West Java, when the study was conducted from June to August 2019. This research uses the literature method and field method.

The results showed a significant influence of price variables on purchasing decisions because of the results of the T test where $t_{\text{arithmetic}} > t_{\text{table}}$ ($2.253 > 1.66055$), and there was a significant influence of promotion variables on purchasing decisions where $t_{\text{arithmetic}} > t_{\text{table}}$ ($2.012 > 1.66055$). It can be concluded that there is a significant influence between price variables on purchasing decisions from the results of the coefficient of determination (KD) test the magnitude of the effect of prices on purchasing decisions 4,9% and the influence of promotions on purchasing decisions has an influence of 4%.

Reference List: 12 Books, 8 Journals, 5 internet sources, Advisors: Zurlina Lubis and Kaswandi Z

Keywords: Price, Promotion, Purchase Decision.

ABSTRAK

Doni Martin, 1515.1111.735, **Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya (studi kasus pada outlet Zoya, cabang Pasar Baru, Bandung, Jawa Barat)**. 107 Halaman, 44 tabel, 5 gambar, Jakarta 2019.

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian hijab zoya. Penelitian ini dilakukan di Outlet Zoya cabang Pasar Baru, Bandung, Jawa Barat, waktu penelitian dilakukan dari bulan Juni hingga Agustus 2019. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan dan metode lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap keputusan pembelian karena dari hasil uji T dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,253 > 1,66055$), dan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap keputusan pembelian dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,012 > 1,66055$). Dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian dari hasil uji koefisien determinasi (KD) besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian 4,9% dan pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh 4%.

Daftar Acuan : 12 Buku, 8 Jurnal, 5 sumber internet, Pembimbing: Zurlina Lubis dan Kaswandi Z

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	10
B. Penelitian terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran.....	34

D. Hipotesis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
B. Metode Penelitian	36
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
D. Jenis dan Sumber Data.....	41
E. Definisi Operasional Variabel.....	42
F. Teknik Analisis Data	43
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	56
B. Struktur Organisasi	57
C. Kegiatan Usaha.....	59
D. Gambaran Keberhasilan dan Gambaran Usaha	60
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data Penelitian	62
B. Pengolahan Data	65
C. Pengujian Hipotesis	83
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	104
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	108
B. Keterbatasan.....	108
C. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Brand Kategori Hijab 2016-2018	5
Tabel 3.1 : Tabel Isaac.....	40
Tabel 3.2 : Tabel Uji Validitas Harga.....	45
Tabel 3.3 : Tabel Uji Validitas Promosi	45
Tabel 3.4 : Tabel Uji Validitas Keputusan Pembelian	46
Tabel 3.5 : Tabel Uji Reliabilitas Harga.....	47
Tabel 3.6 : Tabel Uji Reliabilitas Promosi	47
Tabel 3.7 : Tabel Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 5.1 : Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 5.2 : Data Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 5.3 : Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 5.4 : Data Responden Berdasarkan Penghasilan	64
Tabel 5.5 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 1 Variabel (X1)	65
Tabel 5.6 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 2 Variabel (X1)	66
Tabel 5.7 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 3 Variabel (X1)	66
Tabel 5.8 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 4 Variabel (X1)	67
Tabel 5.9 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 5 Variabel (X1)	67
Tabel 5.10 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 6 Variabel (X1)	68
Tabel 5.11 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 7 Variabel (X1)	69
Tabel 5.12 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 8 Variabel (X1)	69
Tabel 5.13 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 1 Variabel (X2)	70
Tabel 5.14 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 2 Variabel (X2)	71
Tabel 5.15 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 3 Variabel (X2)	72

Tabel 5.16 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 4 Variabel (X2)	72
Tabel 5.17 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 5 Variabel (X2)	73
Tabel 5.18 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 6 Variabel (X2)	74
Tabel 5.19 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 7 Variabel (X2)	74
Tabel 5.20 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 8 Variabel (X2)	75
Tabel 5.21 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 9 Variabel (X2)	76
Tabel 5.22 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 10 Variabel (X2)	76
Tabel 5.23 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 1 Variabel (Y)	77
Tabel 5.24 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 2 Variabel (Y)	78
Tabel 5.25 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 3 Variabel (Y)	79
Tabel 5.26 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 4 Variabel (Y)	79
Tabel 5.27 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 5 Variabel (Y)	80
Tabel 5.28 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 6 Variabel (Y)	81
Tabel 5.29 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 7 Variabel (Y)	81
Tabel 5.30 : Tanggapan Responden Atas Pernyataan 8 Variabel (Y)	82
Tabel 5.31 : Nilai Kolmogorov-Smirnov	85
Tabel 5.32 : Hasil Uji Multikolinieritas.....	86
Tabel 5.33 : Hasil Analisis Regresi linier Sederhana X1 terhadap Y.....	89
Tabel 5.34 : Hasil Analisis Regresi linier Sederhana X2 terhadap Y.....	91
Tabel 5.35 : Hasil Analisis Regresi linier Berganda	93
Tabel 5.36 : Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana X1 terhadap Y	94
Tabel 5.37 : Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana X2 terhadap Y	95
Tabel 5.38 : Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda X1 dan X2 terhadap Y.....	96
Tabel 5.39 : Hasil Uji Koefisien Determinasi Sederhana X1 terhadap Y	95
Tabel 5.40 : Hasil Uji Koefisien Determinasi Sederhana X2 terhadap Y	97
Tabel 5.41 : Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda X1 dan X2 terhadap Y.....	98

Tabel 5.42 : Uji Statistik T persepsi harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).....	99
Tabel 5.43 : Uji Statistik T persepsi ptomosi (X2) terhadap keputusan Pembelian (Y)	101
Tabel 5.44 : Hasil Uji Simultan (Uji F).....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 : Hasil Uji Normalitas Mnegggunakan Histogram	84
Gambar 5.2 : Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot	84
Gambar 5.3 : Hasil Uji Heterokedesitas	88
Gambar 5.4 : Grafik Regresi Linier X1 Terhadap Y	90
Gambar 5.5 : Grafik Regresi Linier X2 Terhadap Y	92
Gambar 5.6 : Grafik Uji Statistik X1 Terhadap Y	100
Gambar 5.7 : Grafik Uji Statistik X2 Terhadap Y	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data Harga

Lampiran 3. Tabulasi Data Promosi

Lampiran 4. Tabulasi Data Keputusan Pembelian

Lampiran 5 Tabel Presentase Distribusi T

Lampiran 6 Tabel Presentase Distribusi F

Lampiran 7 Surat Keterangan Riset

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup