



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**PENGARUH HARGA DAN INTENSITAS PROMOSI  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BATU BATERAI  
ENERGIZER PADA PT. PRATAMA MAKMUR**

**SKRIPSI**

**AMALIA KHAIRINA SABILA**

**1414.1111.656**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT  
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**JAKARTA**

**2018**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**PENGARUH HARGA DAN INTENSITAS PROMOSI  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BATU BATERAI  
ENERGIZER PADA PT. PRATAMA MAKMUR**

**SKRIPSI**

**AMALIA KHAIRINA SABILA**

**1414.1111.656**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**JAKARTA**

**2018**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

**Jakarta, 25 Maret 2018**

**ttd**

**Amalia Khairina Sabila**

**1414.1111.656**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Amalia Khairina Sabila  
NIM : 1414.1111.656  
Jenjang : Strata Satu (S1)  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Intensitas Promosi Terhadap Minat  
Beli Konsumen Batu Baterai Energizer Pada PT. Pratama  
Makmur

Jakarta, 25 Maret 2018

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

(Arifin Nugroho, SE. MM)

(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

Mengetahui,  
Puket I Bidang Akademik STIE JIC

(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

## **PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU**

**Ujian Skripsi diselenggarakan : 03 April 2018**

### **TIM PENGUJI**

|                  | <b>Nama</b>               | <b>Tanda Tangan</b> |
|------------------|---------------------------|---------------------|
| <b>Ketua :</b>   | Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM | .....               |
| <b>Anggota :</b> |                           |                     |
|                  | 1. Kaswandi Z., SE, MM    | .....               |
|                  | 2. Zurlina Lubis, SE.MM   | .....               |
|                  | 3. Arifin Nugroho, SE. MM | .....               |

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis memberi judul skripsi ini yaitu Pengaruh Harga dan Intensitas Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Batu Baterai Energizer Pada PT. Pratama Makmur.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi di STIE Jakarta International College.

Dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis menyadari selesainya skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, semangat, pengarahan dan bimbingan yang besar dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr.Ir. Agus Susanto, MM, Ketua STIE Jakarta International College.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, Puket I dan sekaligus sebagai pembimbing Teknis yang telah memberikan pengarahan dan member masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Arifin Nugroho, SE, MM, Kajor Manajemen sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Materi yang telah membimbing dan memberikan masukan serta support kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Seluruh pimpinan, Bapak/Ibu dosen, serta seluruh staff STIE JIC yang telah memberikan wawasan, pengetahuan, dan bantuan kepada penulis selama perkuliahan.
5. Kepada orangtua dan mertua saya yang tiada henti memberikan dukungan, doa serta saudara-saudara saya yang senantiasa memberikan motivasi yang sangat berharga disetiap harinya.

6. Kepada suami Andri Hari Saputra dan putra saya Darrel Al Rasyid Hafiz Saputra yang telah banyak membantu, memberikan motivasi, doa, dukungan, semangat, meluangkan waktu yang banyak dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada sahabat Mba ning , Mba Dewi Susan, Kiriasti Hia, dan Puput Della R yang telah mendukung dan memberikan semangat penulis selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan : Marketing Manajemen (Malam) yang telah berjuang bersama dan saling mendukung.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dengan memberikan motivasi, doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan, sehingga sumbangan pikiran, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna sebagai pembelajaran berharga bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, 25 Maret 2018

Amalia Khairina Sabila

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

---

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

Nama : Amalia Khairina Sabila  
NIM : 1414.1111.656  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Harga dan Intensitas Promosi Terhadap Minat beli Konsumen Batu Baterai Energizer Pada PT. Pratama Makmur

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STIE Jakarta International College berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, 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, 25 Maret 2018**

**ttd**

**Amalia Khairina Sabila**

1414.1111656

## ABSTRACT

Amalia Khairina Sabila, 1414.1111.656, *The Effect of Price and Promotion Intensity on Consumer's Purchase Intention of Energizer Battery on PT. Pratama Makmur*, 131 pages, 48 tables, dan 10 figures, Jakarta, 2018

This research objective is to determine the effect of price and promotion Intensity the Consumer's Purchase Intention of energizer battery at PT. Pratama Makmur, Senen, Central Jakarta.

This research was done to PT. Pratama Makmur, Senen, Central of Jakarta. The time of research was for month of January to March of 2018. The method used in this research is library and method field. Sample used was 123 consumer that sold energizer battery using Simple Random Sampling technique. The result shows that Price variable and Intensity Promotion variable have positive and significant influence for Consumer's Purchase Intention. Effect that was given by Price against Consumer Purchase Intention is 0,02% and Promotion Intensity variable against Consumer's Purchase Intention is 13,3%. While the rest (86,5%), was affected by other factors such as brand image, and quality perception. This research can be marked as not valid since value of *t*hitung is small than the value of *t*tabel which in this case,  $0,458 > 1,97976$  for Price (X1) effect for Consumer's Purchase Intention. The value of *t*hitung for Promotion Intensity was 4,313. This is bigger compared to *t*tabel which has value of 1,97976. Then the analization of test F calculation with 2 independent variables which are Price (X1) and Promotion Intensity (X2) against Consumer's Purchase Intention(Y) was 9,315 (using *F*hitung from SPSS table Anova). This number was way bigger than *F*tabel which has value of 3,07. This means, both Price (X1) and Promotion Intensity (X2) have significant influence for Consumer's Purchase Intention.

Reference: 5 books (2005 – 2016), 6 journals, 1 thesis, 4 websites, thesis adviser : Arifin Nugroho, SE,MM dan Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM

Key words: Price, Promotion Intensity, Consumer's Purchase Intention .

## ABSTRAKSI

Amalia Khairina Sabila, 1414.1111.656, *Pengaruh Harga dan Intensitas Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Batu Baterai Energizer Pada PT. Pratama Makmur*, 131 halaman, 48 tabel, dan 10 gambar, Jakarta, 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh harga dan intensitas promosi terhadap minat beli konsumen batu baterai Energizer pada PT. Pratama Makmur, Senen, Jakarta Pusat.

Penelitian ini diadakan ke PT. Pratama Makmur, Senen, Jakarta Pusat. Penelitian berlangsung dari bulan Januari sampai Maret tahun 2018. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan dengan mempelajari bahan-bahan tertulis berupa buku-buku, dokumen, internet dan jurnal yang digunakan sebagai landasan teori dan metode lapangan yaitu mengumpulkan informasi dan data yang aktual dari objek penelitian melalui observasi atau wawancara serta riset langsung terhadap konsumen dengan menyebar kuesioner kepada konsumen. Sempel yang digunakan adalah 123 konsumen batu baterai Energizer menggunakan teknik *Simple Random Sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan intensitas promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Dampak yang diberikan oleh harga terhadap minat beli konsumen adalah 0,02% dan intensitas promosi berdampak sebesar 13,3%. Sedangkan sisanya (86,5%), dipengaruhi oleh faktor lain seperti *brand image*, dan persepsi kualitas. Penelitian ini dapat dikatakan tidak valid karena nilai dari *t*hitung lebih kecil dari nilai *t*tabel dimana dalam kasus ini  $0,458 < 1,97976$  untuk dampak harga (X1) terhadap minat beli konsumen. Sedangkan dinyatakan valid untuk intensitas promosi (X2) terhadap minat beli konsumen. Nilai dari *t*hitung untuk intensitas promosi adalah 4,313. Nilai ini lebih besar bila dibandingkan dengan *t*tabel yang mempunyai nilai 1,97976. Kemudian, analisa untuk perhitungan *F test* dengan 2 variabel independen yaitu harga (X1) dan intensitas promosi (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) adalah 9,315 (menggunakan *F*hitung dari table SPSS Anova). Nilai ini jauh lebih besar bila dibandingkan dengan *F*tabel yang mempunyai nilai 3,07. Ini menunjukkan, kedua variabel, harga (X1) dan intensitas promosi (X2) mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat beli konsumen.

Daftar acuan: 5 buku (2005 – 2016), 6 jurnal, 1 skripsi, 4 sumber internet, pembimbing : Arifin Nugroho, SE,MM dan Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM

Kata kunci: Harga, Intensitas Promosi, Minat Beli Konsumen.

# DAFTAR ISI

|                                                            | Halaman |
|------------------------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                                        | i       |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....                      | ii      |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....                           | iii     |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                   | iv      |
| KATA PENGANTAR .....                                       | v       |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....            | vii     |
| ABSTRACT .....                                             | viii    |
| DAFTAR ISI .....                                           | x       |
| DAFTAR TABEL .....                                         | xii     |
| DAFTAR GAMBAR .....                                        | xv      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                      | xvi     |
| <br>BAB I : PENDAHULUAN                                    |         |
| A. Latar Belakang Masalah .....                            | 1       |
| B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....               | 5       |
| C. Perumusan Masalah .....                                 | 6       |
| D. Tujuan Penelitian .....                                 | 7       |
| E. Kegunaan Penelitian .....                               | 7       |
| <br>BAB II : KAJIAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS |         |
| A. Kajian Teori .....                                      | 9       |
| 1. Harga ( <i>Price</i> ) .....                            | 9       |
| 2. Intensitas Promosi ( <i>Intensity Promotion</i> ) ..... | 19      |
| 3. Minat Beli Konsumen .....                               | 26      |
| B. Penelitian Sebelumnya .....                             | 30      |
| C. Kerangka Berfikir .....                                 | 31      |
| D. Hipotesis .....                                         | 33      |
| <br>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN                        |         |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                       | 34      |
| B. Metode Penelitian .....                                 | 34      |
| C. Definisi Operasional Variabel .....                     | 35      |
| D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Data .....     | 37      |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                           | 40      |

|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| F. Teknik Analisis Data.....                          | 43  |
| G. Uji Kualitas Instrumen.....                        | 57  |
| BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN               |     |
| A. Sejarah Singkat Perusahaan .....                   | 62  |
| B. Struktur Organisasi Perusahaan.....                | 63  |
| C. Kegiatan Usaha Perusahaan .....                    | 66  |
| D. Gambaran Keberhasilan dan Kendala Perusahaan ..... | 67  |
| BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN               |     |
| A. Deskripsi Data dan Hasil Penelitian .....          | 69  |
| B. Pengolahan Data .....                              | 91  |
| C. Pengujian Hipotesis .....                          | 94  |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian .....                  | 120 |
| BAB VI : KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN           |     |
| A. Kesimpulan .....                                   | 126 |
| B. Keterbatasan.....                                  | 129 |
| C. Saran.....                                         | 129 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                  | 130 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN                                     |     |

## DAFTAR TABEL

|                                                          | Halaman |
|----------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1 Data Harga dan Penjualan Batu Baterai .....    | 3       |
| Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....                     | 30      |
| Tabel 3.1 Menentukan Ukuran Sample.....                  | 39      |
| Tabel 3.2 Uji Validitas Harga (X1) .....                 | 58      |
| Tabel 3.3 Uji Validitas Intensitas Promosi (X2) .....    | 58      |
| Tabel 3.4 Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y).....     | 59      |
| Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Harga (X1).....               | 60      |
| Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Intensitas Promosi (X2).....  | 60      |
| Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Minat Beli Konsumen (Y) ..... | 61      |
| Tabel 5.1 Tanggapan Responden Pernyataan No. 1 .....     | 70      |
| Tabel 5.2 Tanggapan Responden Pernyataan No. 2 .....     | 71      |
| Tabel 5.3 Tanggapan Responden Pernyataan No. 3 .....     | 72      |
| Tabel 5.4 Tanggapan Responden Pernyataan No. 4 .....     | 73      |
| Tabel 5.5 Tanggapan Responden Pernyataan No. 5 .....     | 74      |
| Tabel 5.6 Tanggapan Responden Pernyataan No. 6 .....     | 75      |
| Tabel 5.7 Tanggapan Responden Pernyataan No. 7 .....     | 76      |
| Tabel 5.8 Tanggapan Responden Pernyataan No. 1 .....     | 77      |
| Tabel 5.9 Tanggapan Responden Pernyataan No. 2 .....     | 78      |
| Tabel 5.10 Tanggapan Responden Pernyataan No. 3 .....    | 79      |
| Tabel 5.11 Tanggapan Responden Pernyataan No. 4 .....    | 80      |
| Tabel 5.12 Tanggapan Responden Pernyataan No. 5 .....    | 81      |
| Tabel 5.13 Tanggapan Responden Pernyataan No. 6 .....    | 82      |
| Tabel 5.14 Tanggapan Responden Pernyataan No.7.....      | 83      |
| Tabel 5.15 Tanggapan Responden Pernyataan No. 1 .....    | 84      |
| Tabel 5.16 Tanggapan Responden Pernyataan No. 2 .....    | 85      |

|                                                                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 5.17 Tanggapan Responden Pernyataan No. 3 .....                                                                                 | 86  |
| Tabel 5.18 Tanggapan Responden Pernyataan No. 4 .....                                                                                 | 87  |
| Tabel 5.19 Tanggapan Responden Pernyataan No. 5 .....                                                                                 | 88  |
| Tabel 5.20 Tanggapan Responden Pernyataan No. 6 .....                                                                                 | 89  |
| Tabel 5.21 Tanggapan Responden Pernyataan No. 7 .....                                                                                 | 90  |
| Tabel 5.22 Responden Berdasarkan Umur.....                                                                                            | 91  |
| Tabel 5.23 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                                                                   | 92  |
| Tabel 5.24 Responden Berdasarkan Pendidikan .....                                                                                     | 92  |
| Tabel 5.25 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                                                                      | 93  |
| Tabel 5.26 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan .....                                                                               | 94  |
| Tabel 5.27 Uji Normalitas Menggunakan Komogorov-Mirnov (KS).....                                                                      | 98  |
| Tabel 5.28 Uji Multikolonieritas Berdasarkan Nilai <i>Tolerance</i> Dan<br><i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) .....               | 99  |
| Tabel 5.29 Uji Regresi Linear Sederhana Harga (X1) Terhadap Minat Beli<br>Konsumen (Y) .....                                          | 102 |
| Tabel 5.30 Uji Regresi Linear Intensitas Promosi (X2) Terhadap Minat Beli<br>Konsumen (Y) .....                                       | 105 |
| Tabel 5.31 Uji Regresi Linear Berganda .....                                                                                          | 107 |
| Tabel 5.32 Uji Koefisien Korelasi Sederhana (R) Harga (X1) Terhadap<br>Minat Beli Konsumen (Y).....                                   | 109 |
| Tabel 5.33 Uji Koefisien Korelasi Sederhana (R) Intensitas Promosi (X2)<br>Terhadap Minat Beli Konsumen (Y) .....                     | 110 |
| Tabel 5.34 Uji Regresi Korelasi Berganda.....                                                                                         | 111 |
| Tabel 5.35 Uji Koefisien Determinasi Harga (X1) Terhadap Minat Beli<br>Konsumen (Y) .....                                             | 112 |
| Tabel 5.36 Uji Koefisien Determinasi Intensitas Promosi (X2)<br>Terhadap Minat Beli Konsumen (Y) .....                                | 113 |
| Tabel 5.37 Uji Koefisien Determinasi Harga (X1) Dan<br>Intensitas Promosi (X2) Terhadap Minat Beli konsumen (Y) Secara Stimulan ..... | 114 |
| Tabel 5.38 Uji Statistik Harga (X1) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y).....                                                             | 115 |

|                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 5.39 Uji Statistik T Intensitas Promosi (X2) Terhadap Minat Beli<br>Konsumen (Y) ..... | 117 |
| Tabel 5.40 Uji Statistik F .....                                                             | 119 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                   | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....                                                                                | 32      |
| Gambar 3.1 Konstelasi Variabel $X_1$ dan $X_2$ Dengan Y .....                                                     | 35      |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....                                                                               | 63      |
| Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram.....                                                        | 96      |
| Gambar 5.2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot .....                                                          | 97      |
| Gambar 5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                                                                     | 101     |
| Gambar 5.4 Grafik Regresi Linear Sederhana Harga ( $X_1$ ) Terhadap<br>Minat Beli Konsumen (Y).....               | 104     |
| Gambar 5.5 Grafik Regresi Linear Sederhana Intensitas Promosi ( $X_2$ )<br>Terhadap Minat Beli Konsumen (Y) ..... | 106     |
| Gambar 5.6 Grafik Uji Statistik T Harga ( $X_1$ ) Terhadap Minat Beli<br>Konsumen (Y) .....                       | 116     |
| Gambar 5.7 Grafik Uji Statistik T Intensitas Promosi ( $X_2$ ) Terhadap<br>Minat Beli Konsumen (Y).....           | 118     |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data Harga

Lampiran 3. Tabulasi Data Intensitas Promosi

Lampiran 4. Tabulasi Data Minat Beli Konsumen

Lampiran 5. Tabel T

Lampiran 6. Tabel F

Lampiran 7. Tabel R

Lampiran 8. Surat Keterangan Riset

Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup