

**PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KARTU SIMPATI DI KOTA PURWOKERTO**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Mencapai Derajat Sarjana S-1**

Oleh:

Milla Yan's Julies Rismet

1002010082

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S 1
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHAADAP KEPUTUSA PEMBELIAN
KARTU SIMPATI DI KOTA PURWOKERTO**



Oleh :

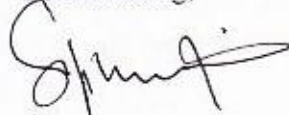
MILLA YAN'S JULIES RISMET

1002010082

SKRIPSI

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing,



(Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si)

NIK. 2160128

HALAMAN PENGESAHAN

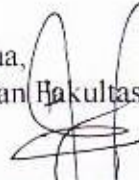
**PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KARTU SIMPATI DI KOTA PURWOKERTO**

Oleh:
MILLA YANS JULIES RISMET
1002010082


Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi
Pada hari Selasa tanggal 27 Februari 2015

SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

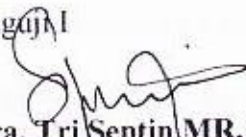
Ketua,
Dekan Fakultas Ekonomi


(Iwan Fakhruddin, SE., M.Si)
NIK. 2160186

Sekretaris,
Kaprodik Manajemen S1


(Hermin Endratno, SE., M.Si)
NIK. 2160289

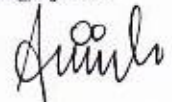
Penguji I


(Dra. Tri Septin, MR., M.Si)
NIK. 2160128

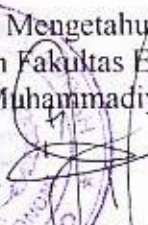
Penguji II


(Hengky Widhiandono, SE., M.Si)
NIK. 2160204

Penguji III


(Arini Hidayah, SE., M.Si)
NIK. 2160341

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purwokerto


(Iwan Fakhruddin, SE., M.Si)
NIK. 2160186



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Milla Yans Julies Rismet
NIM : 1002010082
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan bukan hasil jiplakan dari hasil karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara jujur, dan apabila kelak di kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 27 Februari 2015

Yang menyatakan,



Milla Yans Julies Rismet

NIM. 1002010082

PERSEMBAHAN



Karya ini kupersembahkan
untuk :

Bapak dan Ibu tercinta,

Adikku dan seluruh keluarga besarku

Terima kasih atas doa,dan keindahan yang
kalian berikan untukku..

Motto

Lakukan apapun yang kamu sukai, jadilah konsisten, dan sukses akan datang dengan sendirinya.

Berpiirlah besar, dan bertindlah searang.

"Think big, and act now"



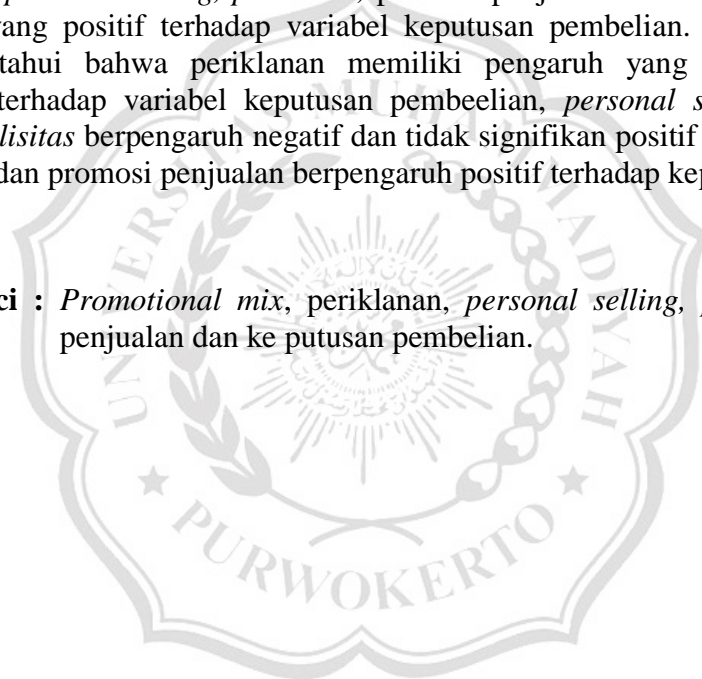
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *promotional mix* yang terdiri dari periklanan, *personal selling*, *publisitas*, promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini variabel di uji menggunakan uji regresi berganda dan regresi sederhana.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner (primer) dengan skala likert lima tingkat dan sampel menggunakan metode *sampling kuota*. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

Berdasarkan uji F dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel periklanan, *personal selling*, *publisitas*, promosi penjualan secara simultan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian. Berdasarkan uji t dapat diketahui bahwa periklanan memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, *personal selling* berpengaruh positif, *publisitas* berpengaruh negatif dan tidak signifikan positif terhadap keputusan pembelian dan promosi penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Promotional mix*, periklanan, *personal selling*, *publisitas*, promosi penjualan dan keputusan pembelian.



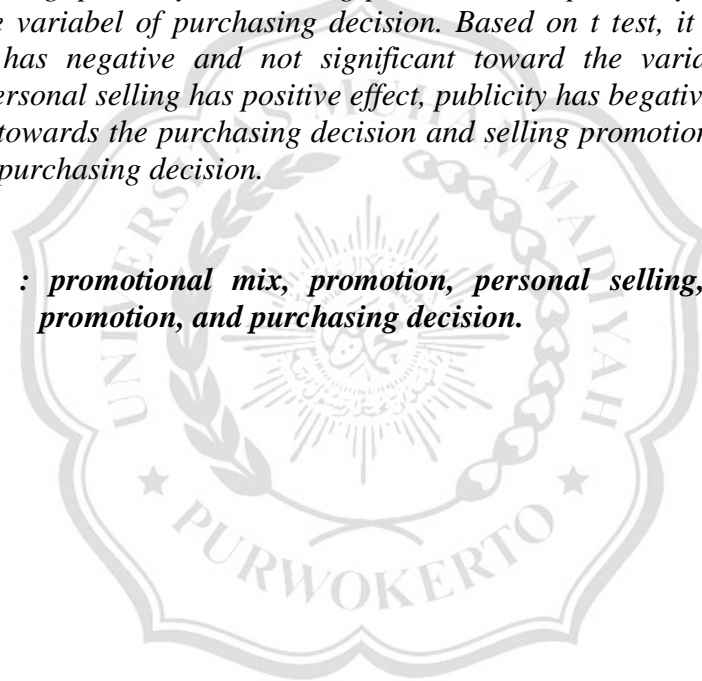
ABSTRACT

The research aimed at knowing the effect of promotional mix variabel which consisted of promotion, personal selling, publicity, selling promotion towards purchasing dicision. In this research, the variabel was tested by using multiple regression test and simple regression.

The data in this research was taken from the questionnaire result (primary) with the five levels likert scales and the sampling used quota sampling method. The respondents in this research were 96 respondents.

Based on F test in this research, it can be concluded that variabel of promotion, personal selling, publicity, and selling promotion has positively and simultaneously affected the variabel of purchasing decision. Based on t test, it can be known that promotion has negative and not significant toward the variabel of purchasing decision, personal selling has positive effect, publicity has begative and not positively significant towards the purchasing decision and selling promotion has positive effect toward the purchasing decision.

Key words : promotional mix, promotion, personal selling, publicity, selling promotion, and purchasing decision.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘alamiin segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat, rahmat, dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul **“Pengaruh *Promotional mix* Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati di Kota Purwokerto”**.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi tidak lepas dari doa, bantuan, bimbingan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang banyak memberikan rahmat kepada saya melalui kesehatan, semangat, dan inspirasi yang membuat saya terus bekerja keras untuk mencapai hasil terbaik.
2. Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Dr. H. Syamsulhadi Irsyad, S.H., M.H.
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Iwan Fakhruddin, SE. M.Si.
4. Dra. Tri Septin MR, M.si. yang telah berkenan mengarahkan, membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Hengky Widhiandono SE.M.Si dan Arini Hidayah, SE.M.Si selaku penguji yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah membimbing, mengajar serta memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa, serta seluruh staf dan

karyawan perpustakaan, tata usaha yang membantu dalam kelancaran proses belajar dan mengajar di kampus.

7. Kedua orang tua tercinta terimakasih untuk semua doa restu, kasih sayang, materi, kesabaran, semangat setiap saat, terimakasih telah merawat, menyayangi dan memperhatikan hingga sekarang.
8. Adikku, terimakasih atas doa dan dukungan kalian.
9. Teman hidupku yang mampu menjadi seorang sahabat, kakak, dan keindahan untukku.
10. Teman-teman terbaikku di Manajemen S1 Andi, Randi, Ari, azhari, dan seluruh angkatan FE UMP 2010. Terimakasih atas kerjasama, kekompakan dan dukungannya selama ini.
11. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, segala kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga segala dukungan serta doa yang tulus dari seluruh pihak yang telah membantu mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Purwokerto, 27 Febuari 2015

Milla Yans Julies Rismet

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II Tinjauan Pustaka.....	7
A. Promosi	7
B. Periklanan	12
C. Promosi Penjualan	17
D. Publisitas.....	19

E. Penjualan Personal.....	19
F. Pemasaran Langsung	21
G. Interaktif Media	21
H. Keputusan Pembelian	22
I. Kerangka Pemikiran	26
J. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	29
B. Objek Penelitian	29
C. Data yang Diperlukan.....	29
1. Jenis Data.....	29
2. Jenis dan Sumber Data	30
3. Metode Pengumpulan Data	31
4. Populasi dan Sampel	31
5. Teknik Sampling	32
D. Definisi Operasional.....	33
1. Periklanan	33
2. <i>Personal Selling</i>	33
3. Publisitas.....	34
4. Promosi Penjualan.....	34
5. Keputusan Pembelian.....	35
E. Metode Analisis Data	35
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	35
a. Uji Validitas.....	35
b. Uji Reliabilitas.....	36

2. Uji Asumsi Klasik	37
a. Uji Normalitas	37
b. Uji Multikolinearitas	38
c. Uji Autokorelasi	38
d. Uji Heterokedastisitas	39
3. Analisis Linear Berganda.....	40
4. Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)	41
a. Uji t.....	42
b. Uji F.....	43
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	45
B. Respon Rate.....	46
1. Gambaran Umum Responden.....	47
C. Analisis Data.....	47
1. uji validitas	49
2. Uji reliabilitas.....	51
3. Uji Normalitas	52
4. Uji Multikolinearitas	53
5. Uji Heteroskedastisitas	54
6. Uji Autokorelasi.....	54
7. Analisis Regresi Linear Berganda	56
8. Uji Hipotesis.....	58
a. Uji t	58
b. Uji F	62
9. Koefisien Determinasi	63
10. Pembahasan.....	64

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	71
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No	Nama Tabel	Halaman
Tabel 3.1	kriteria Pengujian <i>Durbin Watson</i>	39
Tabel 4.1.	Tingkat Pengembalian Kuesioner	46
Tabel 4.2.	Wilayah Penyebaran Kuesioner	46
Tabel 4.3.	Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.4.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.5.	Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.6.	Uji Validitas Variabel Periklanan	49
Tabel 4.7.	Uji Validitas Variabel <i>Personal Selling</i>	49
Tabel 4.8.	Uji Validitas Variabel Publisitas	50
Tabel 4.9.	Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	50
Tabel 4.10.	Uji validitas Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.11.	Uji Reabilitas	51
Tabel 4.12.	Uji Normalitas	52
Tabel 4.13.	Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.14.	Uji Heterokedastisitas	54
Tabel 4.15.	Uji Durbin Watson	55
Tabel 4.16.	Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.17.	Uji t	58
Tabel 4.18.	Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel}	61
Tabel 4.19.	Uji F	62
Tabel 4.20.	Hasil Pengujian Uji Determinasi	63
Tabel 4.21.	Nilai <i>cut off</i> Variabel Periklanan	65
Tabel 4.22.	Nilai <i>cut off</i> Variabel <i>Personal Selling</i>	66
Tebel 4.23.	Nilia <i>cut off</i> Variabel Publisitas	67

No	Nama Tabel	Halaman
Tabel 4.24.	Nilai <i>cut off</i> Variabel Promosi Penjualan	68
Tabel 4.25.	Nilai <i>cut off</i> Variabel Keputusan Pembelian	70



DAFTAR GAMBAR

No	Nama Gambar	Halaman
	Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	23
	Gambar 2.2. Model Proses Pengambilan Keputusan.....	24
	Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran	27
	Gambar 3.1. Kurva Penerimaan Hipotesis	43
	Gambar 3.2. Kurva Penerimaan Hipotesis	44
	Gambar 4.1 Kurva Penerimaan Hipotesis Pertama	59
	Gambar 4.2 Kurva Penerimaan Hipotesis Kedua	60
	Gambar 4.3 Kurva Penerimaan Hipotesis Ketiga.....	60
	Gambar 4.4 Kurva Penerimaan Hipotesis Keempat	61
	Gambar 4.5 Kurva Penerimaan Hipotesis Kelima.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

No	Nama Lampiran	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner	77
Lampiran 2.	Tabulasi Data	81
Lampiran 3.	T, F dan R tabel.....	83
Lampiran 4.	Respon Rate	93
Lampiran 5.	Frequency Responden.....	96
Lampiran 6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	98
Lampiran 7.	Uji Normalitas.....	103
Lampiran 8.	Multikoleniaritas	103
Lampiran 9.	Heterokedastisitas	103
Lampiran 10	Autokorelasi.....	104
Lampiran 11	Analisis Regresi Berganda.....	104