



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,
PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN
(AMDK) MOYAMU**

(Studi pada konsumen Dosen Dan Karyawan Di Universitas
Muhammadiyah Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu
syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Didin Selvi Yudha

NIM. 12.10.411.068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2016**

PERNYATAAN

Nama : DIDIN SELVI YUDHA

NIM : 1210411068

Prodi : Ekonomi / Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : “ ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MOYAMU. Adalah hasil karya sendiri, Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, Jika ternyata di kemudian hari ada pihak – pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, ... April 2016

Yang menyatakan

DIDIN SELVI YUDHA

NIM : 12.10.411.068

SKRIPSI



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MOYAMU

(Studi pada konsumen Dosen Dan Karyawan Di Universitas
Muhammadiyah Jember)

Oleh :

Didin Selvi Yudha

NIM. 12.10.411.068

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M. Naely Azhad. Msi

Dosen Pembimbing Pendamping : Budi Santoso SE. MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MOYAMU, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 14 Juni 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Seno Sumowo S.E, MM

NIP 01 09 288

Anggota 1

Anggota 2

Drs. M. Naely A. Msi

NIP 19661 231 1990 03 1006

Budi Santoso SE. MM

NPK 07 09 107301

Mengesahkan

Dekan,

Ketua Jurusan

Drs. Akhmad Suharto, MP

NPK 89 06 242

Maheni Ika Sari, SE. MM

NIP.197708112005012001

MOTTO

Dia memberikan hikmah (Ilmu yang berguna) kepada siapa yang ia dikehendaki-Nya. Barangsiapa yang mendapat hikmah itu sesungguhnya ia telah mendapat kebijakan yang banyak. Dan tiadalah yang menerima peringatan melainkan orang-orang berakal.

(Q.S Al- Baqarah : 269)

Allah akan meninggikan orang – orang yang beriman diantara kamu dan orang – orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat, Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

(Al-Mujadillah : 11)

Menuntut Ilmu merupakan kewajiban bagi setiap muslim

(H.R. Ibnu Majah)

Kita berdoa disaat kesusahan dan membutuhkan sesuatu yang mestinya kita berdoa disaat kegembiraan besar dan rejeki yang melimpah.

(KAHLIL QIBRAN)

PERSEMBAHAN

Atas Rahmat dan karunia Allah SWT, Dengan rasa tulus dan rendah hati karya tulis ini kupersembahkan kepada :

- ❖ Kepada Allah SWT, Yang telah memberikan jalan, Kemudahan, Kekuatan, Kesabaran Dan Kesehatan dalam hidup ku dalam menyelesaikan Tugas Akhir kuliahku Ini, Alhamdulillah.
- ❖ Bapak Ibuku tercinta dan tersayang dan yang paling ku sayangi di dunia ini yang telah mengasuh dan membesarkan ku ,Memberi kasih sayang yang tulus, Selalu sabar dalam membimbing dan mengajarkan ku segala hal yang positif dan selalu mendukung ku utamanya dalam Studi Ku. Pengorbanan yang begitu besar dan terima kasih atas Doa Nya demi keberhasilanku.
- ❖ Keluarga Besar Ku (Kakak-kakak Ku Luki, Novi Dan Dadang, Kakak Ipar Arik dan Didik Serta Keponakan Ku Nayla juga Calista Yang Kusayangi terima kasih atas Doa Dan Dukungannya selama Ini.
- ❖ Sahabat- Sahabat Ku tersayang Yang selalu Mendukung Ku, Memberi Semangat, Memotivasi, Membantu Ku Jika Kesulitan Serta mengisi Hari-hari Ku menjadi lebih berwarna (Nurhayati , Sufi , Henny, Novi, Vida)
- ❖ Geng Ulat Bulu Ku (Galih, Iis, Vira)Terima Kasih kalian juga pernah menjadi bagian dari Semangat dan Motivasi Ku.
- ❖ Juga buat Kekasih Ku Rifky Wahyu Yang jauh Disana, Walaupun sama-sama sibuk tetapi selalu mengerti dan mendukungku memberi Doa dan juga semangat dalam keberhasilan Study Ku.
- ❖ Juga teman-teman Fakultas Ekonomi Manajemen angkatan 2012, Terima Kasih atas dukungan dan semangatnya.
- ❖ Serta Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember yang Ku Banggakan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbilalamin, Banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah SWT seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufiq serta Hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) MoyaMu ”.

Maksud dan tujuan Penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam Penyusunannya, Penulis Memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, Karena itu penulis mengucapkan banyak terima Kasih yang sebesar besar nya kepada :

1. Drs. Ahmad Suharto, M.P, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Maheni Ika Sari, SE, MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. M. Neily Azhad . Msi Selaku Dosen Pembimbing I dan Budi Santoso SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Seno Sumowo S.E, M.M Selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran dan arahan juga Evaluasi yang bermanfaat demi kesempurnaan Skripsi ini.

5. Seluruh Staf Pengajar/Dosen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, Khususnya Staf Pengajar Manajemen.
6. Kedua Orang Tua tercinta, Untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas dan dukungan juga perhatian yang tak terbatas. Terima Kasih untuk segalanya, Baru ini yang bisa saya persembahkan, Semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudara ku atas dukungan dan doanya semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Sahabat-sahabat tersayang Nurhayati, Sufi Brilian, Henny Puspitasari, Vida, Novi Angraeni yang telah mendukung, membantu, memotivasi, mendoakan, Memberi semangat Dalam Tugas Akhir kuliah ini dan memberi warna dalam kebahagiaanmu sehari-hari.
9. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen Angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
10. Teman-teman Kost juga adik-adik Kost Karimata 05 No.16 yang selalu mendorong untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
11. Dan Teman-teman Ulat Bulu (Iis, Galih, Vira) yang juga pernah memberi semangat dan membantu tugas Studi Ku.
12. Semua Pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan hidayah dan rahmatnya kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Jember,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN BIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATAPENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Tujuan Peneliti	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Konsep Pemasaran	13
2.1.2 Bauran Pemasaran	13
2.2 Kualitas Produk	15
2.2.1 Dimensi Kualitas Produk	17
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	18
2.2.3 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	21
2.3 Harga	22
2.3.1 Penetapan Harga	24
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	25
2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Penetapan Harga	26
2.3.4 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	27
2.4 Promosi	28
2.4.1 Bauran Promosi	29
2.4.2 Tahap-tahap Pelaksanaan Promosi	29
2.4.3 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	31
2.5 Kualitas Layanan	32
2.5.1 Hubungan Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian	34
2.6 Perilaku Konsumen	34
2.7 Keputusan Pembelian	35

2.7.1 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	36
2.7.2 Aspek-aspek Keputusan Pembelian	39
2.7.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	41
2.8 Peneliti Terdahulu	43
2.9 Kerangka Konseptual	44
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel	47
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	47
3.2 Desain Penelitian	49
3.3 Jenis Dan Sumber Data	50
3.4 Populasi Dan Sampel	51
3.4.1 Populasi	51
3.4.2 Sampel	51
3.5 Teknik Sampling	52
3.6 Metode Pengumpulan Data	52
3.6.1 Observasi	52
3.6.2 Kuisisioner	53
3.6.3 Wawancara	53
3.7 Teknik Pengukuran	53
3.8 Teknik Analisis Data	54
3.8.1 Uji Instrumen	54
3.8.1.1 Uji Validitas	54
3.8.1.2 Uji Reabilitas	54
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.9 Uji Hipotesis	56
3.9.1 Uji T	56
3.9.2 Uji R (Koefisien Determinasi)	57
3.10 Metode Analisis Data	57
3.10.1 Uji Asumsi Klasik	57
3.10.1.1 Uji Normalitas	57
3.10.1.2 Uji Multikolonieritas	58
3.10.1.3 Uji Heteroskendastisitas	58
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum AMDK MoyaMu	59
4.1.1 Sekilas Tentang AMDK MoyaMu	59
4.2 Aspek Personalia	60
4.2.1 Struktur Organisasi AMDK MoyaMu	60
4.2.2 Pembagian Tugas Dan Tanggung Jawab	61

4.2.3 Jumlah Tenaga Kerja	62
4.2.4 Jam Kerja	62
4.2.5 Sistem Upah	63
4.3 Aspek Produksi	64
4.3.1 Kelebihan AMDK MoyaMu	64
4.3.2 Proses Produksi	65
4.4 Aspek Pemasaran	67
4.4.1 Saluran Distribusi	67
4.4.2 Promosi	67
4.5 Jenis Data Untuk Kebutuhan Penelitian	68
4.5.1 Karakteristik Responden	68
4.6 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden	70
4.6.1 Kualitas Produk	70
4.6.2 Harga	72
4.6.3 Promosi	74
4.6.4 Kualitas Layanan	76
4.6.5 Keputusan Pembelian	77
4.7 Uji Instrumen	79
4.7.1 Uji Validitas	79
4.7.2 Uji Reabilitas	80
4.8 Analisis Regresi Berganda	80
4.9 Uji Hipotesis	82
4.9.1 Uji Signifikan Parsial (Uji T)	82
4.9.2 Uji Signifikan Koefisien Determinasi	83
4.10 Uji Asumsi Klasik	84
4.10.1 Uji Multikolonieritas	84
4.10.2 Uji Heteroskendastisitas	85
4.10.3 Uji Normalitas	86
4.11 Pembahasan	87
4.11.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.11.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.11.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.11.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian ...	89
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	6
Tabel 1.2	7
Tabel 1.3	8
Tabel 1.4	8
Tabel 2.8	43
Tabel 3.4	51
Tabel 4.1	62
Tabel 4.2	68
Tabel 4.3	69
Tabel 4.4	69
Tabel 4.5	70
Tabel 4.6	71
Tabel 4.7	71
Tabel 4.8	72
Tabel 4.9	72
Tabel 4.10	73
Tabel 4.11	73
Tabel 4.12	74
Tabel 4.13	75
Tabel 4.14	75
Tabel 4.15	76
Tabel 4.16	76
Tabel 4.17	77
Tabel 4.18	77
Tabel 4.19	78
Tabel 4.20	78
Tabel 4.21	79
Tabel 4.22	80
Tabel 4.23	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	15
Gambar 2.7	37
Gambar 2.9.....	44
Gambar 4.1	61
Gambar 4.2	66
Gambar 4.3	85
Gambar 4.4	86
Gambar 4.5	87

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuisisioner Pernyataan Responden

LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Hasil Kuisisioner

LAMPIRAN 3 : Olah Data SPSS 21 Frekuensi Pernyataan Responden

LAMPIRAN 4 : Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Regresi Linear Berganda

LAMPIRAN 5 : Tabel t Dan Tabel R

LAMPIRAN 6 : Dokumentasi Penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta, 2009. *“Manajemen Pemasaran Modern”*, Yogyakarta. Liberti
- Basu Swasta dan Irwan, 2009. *“Manajemen Pemasaran Modern”*, Yogyakarta. Liberti
- Fathur Rozaq . 2008. **Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Mmilih Jamu Asam Urat di Ambulu Jember**. Skripsi. Program S1 F.E Universitas Muhammadiyah Jember
- Kotler & Amstrong , 2001. *“Strategi Pemasaran”*, ANDI Yogyakarta
- Kotler dan Keller, 2008. *“Manajemen Pemasaran ”*, Erlangga, Jakarta
- Kotler, P. 2005, **Marketing Managemen: Analysis, Plannning**,
- Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Indeks.
- Kotler & Amstrong, 2009. *“Strategi Pemasaran”*, Erlangga, Jakarta
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Keller. 2007.*Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid dua, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indek.
- Maulana, 2015. **Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen pada Hotel Royal Jember**. Skripsi. Program S1 F.E Universitas Muhammadiyah Jember
- Prayitno, Duwi. 2010. **Paham Analisa Data Statistik Data Statistik Dengan SPSS. Mediakom**, Yogyakarta
- Prayitno, Duwi, 2010. **Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS**, Mediakom, Yogyakarta
- Santoso, S, & Tjiptono F, 2001, **Riset Pemasaran Konsep dan aplikasi dengan SPSS**, PT. Gramedia Jakarta
- Santoso, S, 2008, **Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16**, PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Stanton J, William. 2000. **Prinsip Pemasaran**. Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Sugiono, 2008. **Statistik Untuk Penelitian Bisnis**. Bandung : Alfabeta Bandung
- Sugiyono, 2001. *“Metode Penelitian Administrasi”*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Supranto, J, 2008. *Statistik*. Edisi Pertama. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Supranto, J, 2008. *Statistik*. Edisi Pertama. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Supranto, J. 2005. **Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran**. PT. Rineka Cipta ,
Jakarta.
- Swasta, Basu, dan Handoo, T. H. 2000. **Manajemen Pemasaran, Analisis
Perilaku Konsumen**, Edisi 1. BPFE, Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi
Revisi). Jakarta : Rineka Cipta