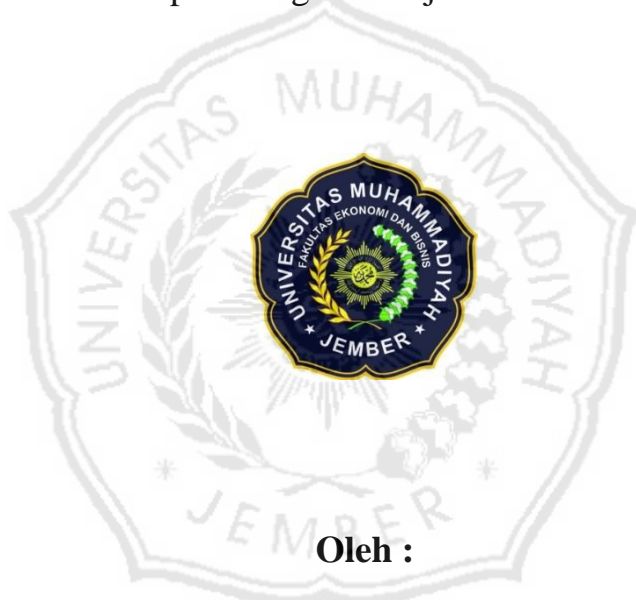


**ANALISIS DAYA TARIK PEMBELAN PRODUK
BUNDLING DI BIOSKOP CINEMAXX LIPPO JEMBER**

SKRIPSI

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



Oleh :

BAYU WIDYA PAMUJI

15.1041.1148

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2019

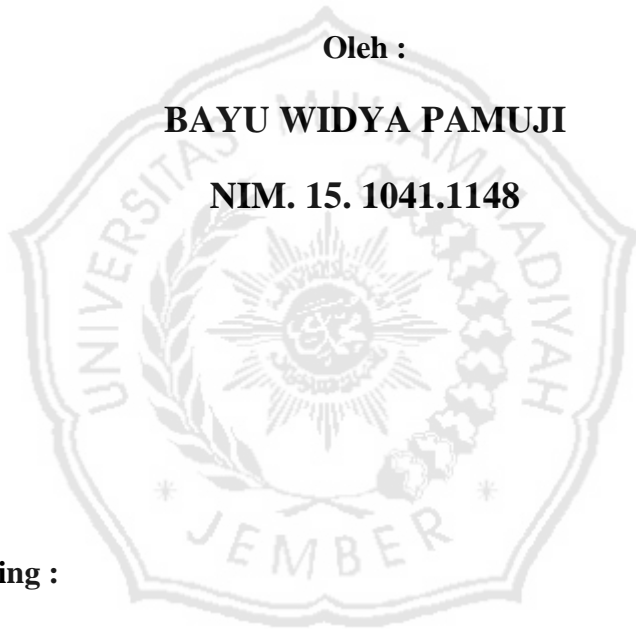
SKRIPSI

**ANALISIS DAYA TARIK PEMBELIAN PRODUK
BUNDLING DI BIOSKOP CINEMAXX LIPPO JEMBER**

Oleh :

BAYU WIDYA PAMUJI

NIM. 15. 1041.1148



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah, SE. MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Nur Saidah, SE.MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Bayu Widya Pamuji
NIM : 15.10.411.148
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yng berjudul : “ANALISIS DAYA TARIK PEMBELAN PRODUK *BUNDLING* DI BIOSKOP CINEMAXX LIPPO JEMBER” 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, 18 Juli 2019
Yang menyatakan,

Bayu Widya Pamuji
NIM. 15.10.411.148

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : *Analisis Daya Tarik Pembelian Produk Bundling Di Bioskop Cinemaxx Lippo Jember*, telah uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Bayu Widya Pamuji

Tanggal : 18 juli 2019

Tempat : Fakutas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Seno Sumowo, SE MM

NPK : 01 09 288

Anggota 1,

Anggota 2,

Feti Fatimah, SE, MM

NPK : 07 09 622

Nur Saidah SE, MM

NPK : 15 09 637

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Progam Studi,

Dr. Arik Susbiyani. SE, Msi

NPK : 01 09 289

Haris Hermawan, SE, MM

NPK : 15 03 643

MOTTO

“Bekerjalah bagaikan tak butuh uang. Mencintailah bagaikan tak pernah disakiti. Menarilah bagaikan tak seorang pun sedang menonton.”

(Mark Twain)

”Segalanya tampak mustahil bagi orang yang tidak pernah mencoba apapun.”

(Jean Louis Etienne)

“Kemenangan tidak akan dihidangkan dalam dulang emas, akan tetapi diperoleh dengan air mata, keletihan, dan kesulitan.” (Aidh Al- Qarni)

“Dan bahwa setiap pengalaman mestilah dimasukkan ke dalam kehidupan untuk memperkaya kehidupan itu, karena tiada kata akhir untuk belajar seperti juga tiada akhir untuk kehidupan. Dan tugas paling sulit dalam hidup adalah belajar untuk sabar.

(Annemarie Schimel)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Ayahku Supardi dan Ibuku Endang Sumarmi yang telah mengasuhku dan memberi segala kasih sayang serta pengorbanannya kepadaku terima kasih atas doa yang diberikan demi keberhasilanku;
2. Kakakku Danu Mardiaji Dan Ageng Supriadi yang telah mendukung sehingga saya berhasil menyelesaikan skripsi;
3. Teman Seperjuangan Faris Alfarisi yang telah mendukung, menemani dan memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi;
4. Sahabatku Para Coro : Sofyan Kurniawan, Nibras Bagus, Alvin Lukman, Chandra Maulana A, Rizky Noveliyani, Gusvilla Intan, Aisyah Kumala yang sudah mendukung dan selalu ada sehingga saya dapat menyelesaika skripsi;
5. Teman-teman Manajemen D Fakultas Ekonomi 2015 atas pemberian semangat serta doanya;
6. Teman-teman KKN kelompok 03 desa Cakru, kecamatan Gumukmas, kabupaten Jember. Argoan, Hariri, Gilang , Faris, Nibras bagus, Yayuk, Sandri, dll;
7. Ibu **Feti Fatimah, SE,MM** selaku dosen pembimbing satu, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan bimbingannya;
8. Ibu **Nur Saidah, SE,MM** selaku dosen pembimbing dua, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan bimbingannya;
9. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS DAYA TARIK PRODUK *BUNDLING* DI BIOSKOP CINEMAXX LIPPO JEMBER”. Sebagai manusia biasa saya tidak akan pernah luput dari kesalahan, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati saya mohon kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun pembaca.

Pada kesempatan ini saya menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak atas bimbingan, bantuan dan motivasi yang sangat berguna dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, untuk itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak **Dr. Ir. Muhammad Hazmi, DESS**, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu **Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak **Haris Hermawan, SE, MM** selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu **Feti Fatimah, SE, MM**, Ibu **Nur Saidah, SE, MM** dan Bapak **Seno Sumowo, SE, MM** selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan arahan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Pada bagian pengajaran Fakultas Ekonomi Manajemen terima kasih atas bantuan, doa dan dukungannya.
7. Bapak **Brian Ryadi** selaku CEO PT. Cinemaxx Global Pasifik.
8. Bapak **Danu Mardijaji** beserta seluruh karyawan pada Bioskop Cinemaxx Jember yang telah meluangkan waktunya untuk membantu kelengkapan data skripsi ini dan terimakasih atas dukungan.

9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, telah banyak memberikan bantuan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, atas amal baik yang telah diberikan kepada penulis semoga **ALLAH SWT** memberikan balasan sesuai dengan rahmat serta hidayahNya kepada kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat sederhana dan jauh dari kesempurnaan dalam penyajiannya, untuk itu saran dan kritik membangun sangat penulis harapkan.

Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua yang memerlukannya.



Jember, 18 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Peneliitian.....	5
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori	6
2.1.1 Pengertian Produk Bundling.....	6
2.1.1.1 Jenis Produk Bundling	6
2.1.1.2 Kunci Keberhasilan Product Bundling.....	7
2.1.2 Produk.....	7
2.1.3 Harga.....	8
2.1.4 Promosi.....	9
2.1.5 Keputusan Konsumen	10
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Hipotesis.....	18
BAB 3 : METODE PENELITIAN	
3.1 Populasi, sampel, dan teknik pengumpulan sampel	20
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.3 Desain Penelitian	21
3.4 Jenis dan sumber data	21
3.5 Definisi Operational Variabel.....	22
3.6 Teknik Pengukuran Data	23
3.7 Uji Instrumen.....	24
3.8 Uji Hipotesis.....	24
3.9 Uji Asumsi Klasik	25

BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian..... 26
4.2	Deskriptif Karakteristik Responden 27
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian 29
4.3.1	Deskripsi Variabel Produk (X_1)..... 29
4.3.2	Deskripsi Variabel Harga (X_2)..... 30
4.3.3	Deskripsi Variabel Promosi (X_3) 30
4.3.3	Deskripsi Variabel Perilaku Pembelian Konsumen (Y)..... 31
4.4	Uji Instrumen 32
4.4.1	Uji Validitas 32
4.4.2	Uji Reliabilitas 33
4.4.3	Uji Normalitas 34
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda..... 34
4.6	Uji Asumsi Klasik 35
4.6.1	Uji Multikolinieritas 35
4.6.2	Uji Heteroskedastisitas 36
4.7	Uji Hipotesis 37
4.7.1	Uji t 37
4.7.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2) 38
4.8	Pembahasan..... 38
4.8.1	Produk Berpengaruh Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen 38
4.8.2	Harga Berpengaruh Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen 39
4.8.3	Promosi Berpengaruh Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen 40
 BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan 41
5.2	Saran 41
 DAFTAR PUSTAKA 42	
Lampiran 45	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	17
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	36

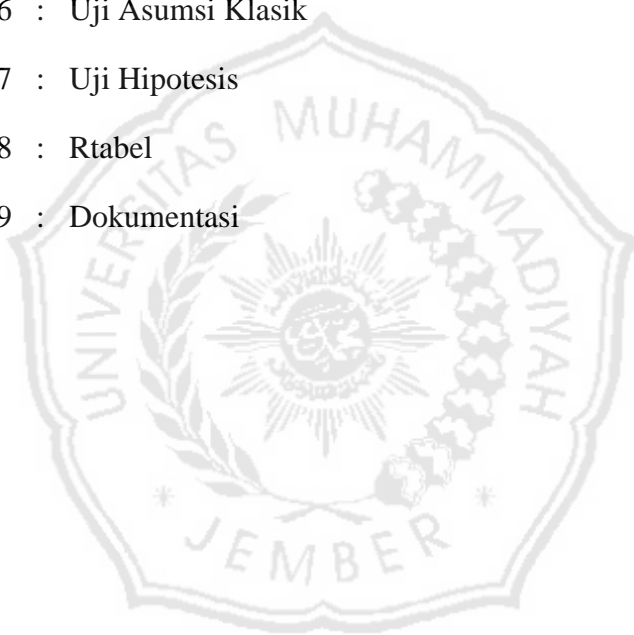


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harga Produk Bundling Bioskop Cinemaxx Jember	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4.1	Tingkat Umur Responden.....	27
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4.3	Tingkat Pendapatan Responden.....	28
Tabel 4.4	Intensitas Pembelian Responden	28
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Produk	29
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Harga	30
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Promosi.....	30
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen	31
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	34
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas.....	35
Tabel 4.14	Hasil Uji t.....	37
Tabel 4.15	Hasil Uji R ²	38

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Kuisisioner
- Lampiran 3 : Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Uji Instrumen
- Lampiran 5 : Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Uji Hipotesis
- Lampiran 8 : Rtabel
- Lampiran 9 : Dokumentasi



DAFTAR PUSTAKA

- Aida Sari dan F. Danisa Rusli. 2009. *Analisis Persepsi Pembelian Product Bundling Cellular Phone Merek Esia Di Bandar Lampung*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 5, No. 2.
- Anggi Anugrah Putri, Sampurno Wibowo, SE. MSi. 2017. *Pengaruh Strategi Bundling Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Bee Outbound Bogor)* e- Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2
- Ardhan Izzanul Moeniri. 2017. *Pengaruh Rebranding Dan Bundling Produk Terhadap Niat Berlangganan Indhihome (Studi Pada Penduduk Surabaya Barat)*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 5 No. 1.
- Dharmmesta, B. S., dan Irawan. 2000. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Dian Setiyani. 2017. *Pengaruh Perceived Price Dan Perceived Value Pada Produk Bundling Terhadap Minat Beli Survei smartphoned Samsung J7-Telkomsel pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo*. Jurnal Adminidtrasi Bisnis Vol.1 No.5.
- Didi Junaedi. 2017. *Sikap Konsumen Terhadap Produk Bundling Agribisnis*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol.18 No.1 (1-9).
- Dinawan. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Muhammad Farhan Buananda¹, Dr. Maya Ariyanti, S.E., M.M². 2018. *Pengaruh Strategi Bundling Terhadap Minat Beli Konsumen DI Jakarta Studi Kasus pada Paket TAU 4G Telkomsel*. e-Proceeding of Management : Vol.5, No.3.
- Ferdinan, Agusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Cetakan IV. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Guiltinan, J. P. 1987. *The Price Bundling of Service: A Normative Frame Work*. Journal of Marketing, 74-85.
- Gurajati. 2005. *Dasar-dasar Ilmu Ekonometrika*. Erlangga, Jakarta.

- Hendu Emmy Supariyani. 2014. *Pengaruh Bundling Pricing dan Odd Pricing Terhadap Citra Toko Ritel Carrefour Cibinong*. Jurnal Ilmu Ekonomi Vol.5 No.2.
- Husein Umar. 2004. *Riset Sumber Daya Manusia Organisasi*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Meutia Dewi. 2016. *Pengaruh Produk, Harga dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Toko Langsa Ponsel*. Jurnal Manajemen Dan Keuangan, VOL.5, NO.1.
- Normasari Wikan Dewi. 2015. *Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bundle Handpone Smart phone Merek Black Berry 8530*. Journal of management, Vol.4 No.2.
- Reisinger, Markus. 2004. *The Effects of Product Bundling in Duopoly*. Jerman: Department of Economics University of Munich.
- Saiful Arifin Suharyono Wilopo. 2013. *Pengaruh Perceived Price Dan Perceived Value Pada Produk Bundling Terhadap Minat Beli*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 1 No. 2.
- Simon, H., Fasshnaet, M., and Wubker, G. 1995. *Price bundling. Pricing Strategy and Practice*. Vol 3, p.34-44.
- Simon, B. L., & Ruth, J. A. 1995. *Price for Bundle the New Product, and Tie in*. Journal of Businis Bundling as a Strategy for New Product Introduction: Effect on Consumer Reservation Research. 219-230.
- S.BEBBY. 2011. *Analisis Daya Tarik Pembelian Produk Bundling Handphone Nexian Di Kota Padang*. Jurnal Produk Bundling Universitas Andalas. Journal of Management, Vol.10 NO.2 .
- Stremersch, S. & Gerard J. Tellis. 2002. *Strategic Bundling of Products and Prices: A New Synthesis for Marketing*. Journal of Marketing. 55-72.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. cetakan kesembilan. Bandung: C.V. Alfabeta.

Sugiono . 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Yang Tzyy Ching . 2006. *Comparison of Product Bundling Strategies on Different Online Shopping Behaviors*. Taiwan.

