



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESESUIAN HARGA,  
INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN ROKOK  
DJARUM L.A BOLD**

( Studi kasus pada Kelurahan Dawuhan Kabupaten Situbondo)

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Puput Putri Apriyadillah**

**NIM 14.10.411.316**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2018**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Puput Putri Apriyadillah

NIM : 1410411316

Prodi : Ekonomi manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESESUAIAN HARGA, INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN ROKOK DJARUM L.A BOLD (Studi Kasus Pada Kelurahan Dawuhan Kabupaten SITUBONDO); 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 03 Juli 2018

Yang menyatakan,

Puput Putri Apriyadillah  
NIM 14.10.411.316

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESESUIAN HARGA, INTENSITAS PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN ROKOK DJARUM L.A BOLD  
( Studi kasus pada Kelurahan Dawuhan Kabupaten SITUBONDO)

Oleh:

**Puput Putri A**  
**NIM. 14.10.411.316**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Anwar M,Sc

Dosen Pembimbing Kedua : Tatit Diansari R P.SE,MM

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul; Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga, Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Rokok Djarum L.A Bol telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 3 Juli 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

**Seno Sumowo SE,MM.**

**NIP. 01 09 288**

Anggota 1,

Anggota 2,

**Drs. Anwar M,Sc.**  
**NIP. 85 03 125**

**Tatit Diansari R P. SE, MM**  
**NPK.19900321.1.1703804**

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Prodi. Manajemen.

**Dr. Arik Susbiyani, M. Si.**  
**NIP. 01 09 289**

**Drs. Anwar M, Sc**  
**NIP. 85 03 125**

## MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain.

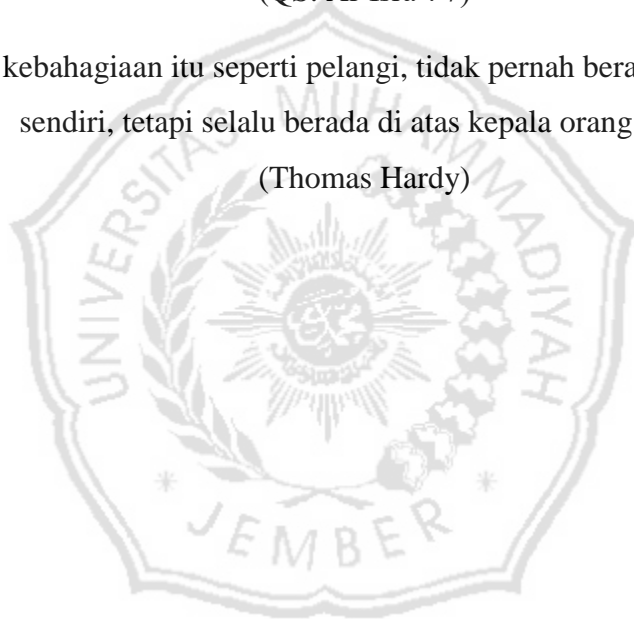
(Q.S Al-Insyirah 6-7)

“Jika kamu berbuat baik berarti kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan sebaliknya jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu untuk dirimu sendiri pula”

(QS. Al-Isra': 7)

"Kita melihat kebahagiaan itu seperti pelangi, tidak pernah berada di atas kepala kita sendiri, tetapi selalu berada di atas kepala orang lain."

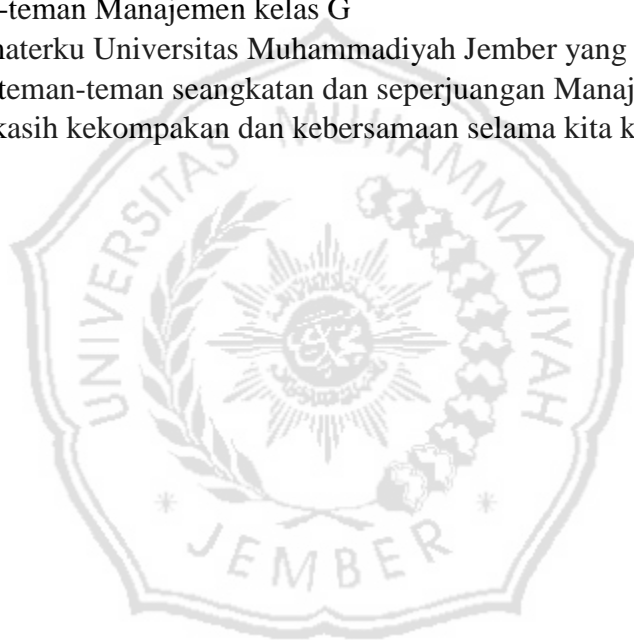
(Thomas Hardy)



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa aku ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu aku di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Orang tuaku tercinta yang selamanya ini mendidik dan membimbingku dan tiada henti-hentinya menyayangiku. Dan selalu menuntun ke jalan dunia dan akhirat. Mereka merupakan inspirasiku untuk melangkah dalam hidup ini.
2. Saudaraku aku sayangi yang selalu mendukungku sampai selesainya skripsi ini.
3. Teman-teman Manajemen kelas G
4. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember yang kubanggakan.
5. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2014 terimakasih kekompakan dan kebersamaan selama kita kuliah.



## ABSTRAK

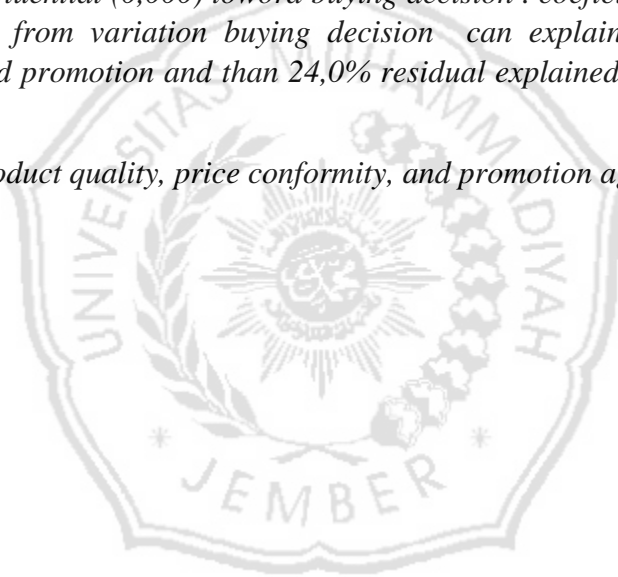
Penelitian ini dilakukan pada konsumen rokok L.A BOLD. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kesesuaian harga dan intensitas promosi terhadap keputusan konsumen. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara, dan kuisisioner terhadap 80 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variable. Analisis yang digunakan meliputi uji instrument data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedasitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variable kualitas produk (0,203), kesesuaian harga (0,331), dan intensitas promosi (0,303), semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil kualitas produk (0,010), kesesuaian harga (0,002), dan intensitas promosi (0,000), semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Dari uji F diperoleh hasil, kualitas produk, kesesuaian harga dan intensitas promosi terhadap keputusan konsumen semuanya berpengaruh signifikan (0,000) secara simultan terhadap keputusan konsumen. Dari hasil uji determinasi diperoleh 76,0% variasi variable keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk, kesesuaian harga dan intensitas promosi terhadap keputusan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 24,0% diterangkan oleh variable lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** kualitas produk, kesesuaian harga dan intensitas promosi terhadap keputusan konsumen

## ABSTRACT

*This research is conducted to customers of rokok L.A BOLD. The aim from this research is to know the effect from product quality, price conformity, and promotion against consumer decisions. In this research collected of data with observation, interview and questionnaire toward 80 respondents with purposive sampling technique. This is doing to know the perceptions from respondents about each variable. Data instrument test (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroskedasticity test), and hypothesis test (F test, t test, determination coefficient) will be used to analyze, from regression analysis. We know that product quality (0,203), price conformity, (0,331), and promotion (0,303) against consumer decision. From t test result product quality (0,010), price conformity (0,002), promotion (0,000), that mean all off four variables have significance influential toward buying decision. From F test resulting , that mean all off four variables have product quality, price conformity, and promotion simultaneous significance influential (0,000) toward buying decision . coefficient of determination analyze finding 76,0% from variation buying decision can explained by product quality, price conformity, and promotion and than 24,0% residual explained by another variable from this research.*

**Key words:** *product quality, price conformity, and promotion against consumer decisions.*





## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabaratu.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, nikmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga, Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Rokok Djarum L.A Bold “

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr, Arik Susbiyani, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, MSc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. Anwar, MSc, selaku dosen pembimbing I dan Tatit Diansari, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Seno Sumowo, MM selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan bimbingan, saran, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/ dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses menjalani hidup.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dan dalam menyelesaikan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PEMBIMBINGAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	1
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.3 Kualitas Produk.....	8
2.1.4 Kesesuaian Harga.....	12
2.1.5 Intensitas Promosi.....	16
2.1.6 Keputusan Konsumen.....	18
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	23
2.1.8 Kerangka Pemikiran.....	25
2.1.9 Hipotesis.....	26
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Identifikasi variabel.....	27
3.1.1 Variabel Independen.....	27
3.1.2 Variabel Dependen.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.2.1 Kualitas Produk.....	27
3.2.2 Kesesuaian Harga.....	28
3.2.3 Keputusan Konsumen.....	28
3.3 Desain Penelitian.....	29
3.4 Jenis dan Sumber data.....	29
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6 Populasi Dan Sampel.....	30
3.6.1 Populasi .....	31
3.6.2 Sampel.....	31

3.6.3 Teknik Pengukuran.....	31
3.7 Metode Analisis Data.....	32
3.7.1 Uji Validitas.....	32
3.7.2 Uji Relibilitas.....	32
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.8 Uji T.....	35
3.8.1 Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	35
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Sejarah Perusahaan.....	37
4.2 Deskripsi Produk.....	37
4.3 Analisis Data Dan Pembahasan.....	38
4.3.1 Kualitas Produk.....	38
4.3.2 Kesesuaian Harga .....	40
4.3.3 Intensitas Promosi.....	42
4.3.4 Keputusan Konsumen .....	44
4.4 Analisis Data.....	44
4.4.1 Pengujian Instrumen Data.....	46
4.5 Analisi Regresi Linier Berganda.....	47
4.6 Pengujian Hipotesis .....	52
4.7 Pembahasan.....	55
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Top Brand Index Kategori Rokok Kretek Filter 2015-2017.....	4
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 4.1: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap kualitas produk.....	38
Tabel 4.2: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kesesuaian harga.....	40
Tabel 4.3: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap intensitas promosi...	42
Tabel 4.4 : Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan konsumen.....	44
Tabel 4.5 : Hasil Pengujian Validitas.....	46
Tabel 4.6 : Hasil Pengujian Reliabilitas.....	47
Tabel 4.7 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.8 : Hasil Uji Multikolinieritas .....	51
Tabel 4.9 : Hasil Uji F.....	53
Tabel 4.10 : Hasil Uji T.....	53
Tabel 4.11 : Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	54

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heterokedasitas.....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Petunjuk Pengisian Kuisisioner

LAMPIRAN 2 : Kuisisioner Penelitian

LAMPIRAN 3 : Rekapitulasi Kuisisioner

LAMPIRAN 4 : Frekuensi Pernyataan Responden

LAMPIRAN 5 : Uji Validitas

LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Relibilitas

LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

LAMPIRAN 8 : Tabel  $r$  Produk moment, Tabel Distribusi F,  
dan Tabel Distribusi  $t$

