



**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN MEREK A3 FRESH O2
(Studi Kasus pada CV. Karunia Jaya Bondowoso)**

SKRIPSI

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

Oleh :

VINA LUTFILLAH

14.1041.1009

**FAKLUTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

APRIL, 2018

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : VINA LUTFILLAH

NIM : 14.10.411.009

Prodi : Manajemen Pemasaran /S1

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN MEREK A3 FRESH O2 (Studi Kasus pada CV. Karunia Jaya Bondowoso)** 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 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, 28 Maret 2018

Yang menyatakan,

VINA LUTFILLAH

14.1041.1009

PERSETUJUAN SKRIPSI



**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN MEREK A3 FRESH O2
(Studi Kasus pada CV. Karunia Jaya Bondowoso)**

SKRIPSI

Oleh :

VINA LUTFILLAH

14.1041.1009

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Ach. Hasan Hafidi, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN MEREK A3 FRESH O2 (Studi Kasus pada CV. Karunia Jaya Bondowoso)** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Trias Setyowati, SE, SH, MM

NPK. 05 09 477

Anggota 1,

Anggota 2,

Feti Fatimah, SE, MM

NPK 07 09 622

Ach. Hasan Hafidi. SE, MM

NPK 19860514.1.1703796

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, S.E. M.Si.

NPK 01 09 289

Drs. Anwar, M. Sc

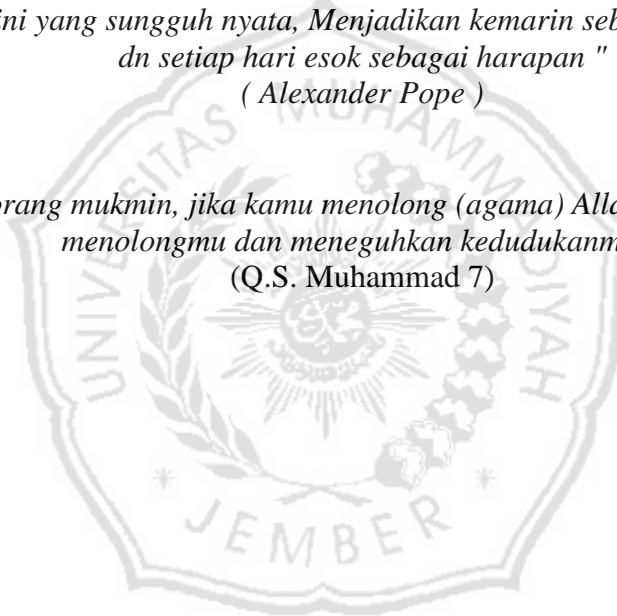
NPK 85 03 125

MOTTO

“Wahai orang-orang yang beriman mintalah pertolongan melalui Sabar dan Shalat, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar. Dan benar-benar akan Kami uji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, dan kekurangan buah-buahan, dan berilah kabar gembira bagi orang-orang yang sabar, (yaitu) yang apabila mereka tertimpa musibah mereka mengatakan “Sesungguhnya kami adalah milik Allah dan kepada-Nya kami kembali”
(Q.S. Al-Baqarah: 155-156)

"Pandanglah hari ini. kemarin adalah mimpi. dan esok hari hanyalah sebuah visi. Tetapi, hari ini yang sungguh nyata, Menjadikan kemarin sebagai mimpi bahagia, dan setiap hari esok sebagai harapan "
(Alexander Pope)

Hai orang-orang mukmin, jika kamu menolong (agama) Allah, niscaya Dia akan menolongmu dan meneguhkan kedudukanmu.”
(Q.S. Muhammad 7)



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian: (1) Pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian minuman merek A3FreshO2. (2) Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian minuman merek A3FreshO2. (3) Pengaruh penjualan perseorangan terhadap keputusan pembelian minuman merek A3FreshO2. (4) Pengaruh publisitas terhadap keputusan pembelian minuman merek A3FreshO2. (5) Pengaruh pemasaran langsung terhadap keputusan pembelian minuman merek A3FreshO2. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 90 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Dari hasil penelitian ini dinyatakan bahwa periklanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman merek A3FreshO2, promosi penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman merek A3FreshO2, penjualan perseorangan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman merek A3FreshO2, publisitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman merek A3FreshO2, pemasaran langsung mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman merek A3FreshO2.

Kata kunci : Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan, Publisitas, Pemasaran Langsung, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotional mix on purchasing decisions: (1) The influence of advertising on purchasing decisions of brand A3FreshO2. (2) The effect of sales promotion on purchase decision of brand A3FreshO2. (3) The effect of individual sales on purchase decisions of brand A3FreshO2. (4) The influence of publicity on purchase decisions of brand A3FreshO2. (5) Direct marketing influence on purchase decision of brand A3FreshO2. The sample in this research is 90 respondents. Sampling technique using non probability sampling by using purposive sampling. From the results of this study stated that advertising has a positive and significant influence on purchasing decisions of brand A3FreshO2, sales promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions of brand A3FreshO2, individual sales have a positive and significant influence on purchase decisions of brand A3FreshO2, publicity has a positive and significant influence on purchase decision of brand A3FreshO2, direct marketing has a positive and significant influence on the purchase decisions of brand A3FreshO2.

Keywords: Advertising, Sales Promotion, Individual Sales, Publicity, Direct Marketing, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin banyak nikmat yang Allah berikan tetapi sedikit yang kita ingat. Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, taufik serta hidayahnya yang tidak terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN MEREK A3FRESHO2 (Studi Kasus pada CV. Karunia Jaya Bondowoso)”**.

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 terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M. Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Feti Fatimah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ach. Hasan Hafidi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Trias S. SE,. SH,. MM selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Staff Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. PT. CV. Karunia Jaya yang telah memberikan ijin dan karyawan-karyawan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Terima kasih Bapak dan Ibu ku tercinta dan tersayang, Bapak Hanaki dan Ibu Muryati dan Muhammad Fajariyanto kakak saya dan adik saya Rahmat Ariyanto terimakasih untuk do'a yang selalu ada di setiap helai nafas, untuk cinta dan kasih sayang yang tidak akan bisa digantikan oleh siapapun.
8. Terima kasih Kepada Tunanganku Tercinta Muhammad Zaenol Arifin, S.kom yang telah selalu memberikan saya support, dukungan dan do'a serta yang slalu setia menemani.
9. Terimah kasih untuk teman seperjuangan Gengs PW (Rodiyah, Desi, Widi, Ella, Cristin, Imas, Ana, Novita Mbak Farah) Silvia, Aprilia, dan Ingkam , yang selalu setia dan memberikan semangat, dukungan dan menemani.
10. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu , penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Maret 2018

Penyusun

VINA LUTFILLAH

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Konsep Pemasaran	11
2.1.3 Bauran Pemasaran	12
2.1.4 Pengertian Promosi	13
2.1.5 Tujuan Promosi	15
2.1.6 Fungsi Promosi	16
2.1.7 Bauran Promosi.....	17
2.1.7.1 Periklanan	18

2.1.7.2 Promosi Penjualan	20
2.1.7.3 Penjualan Perseorangan	21
2.1.7.4 Publisitas	24
2.1.7.5 Pemasaran Langsung	25
2.1.8 Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian	26
2.1.8.1 Perilaku Konsumen	26
2.1.8.2 Keputusan Pembelian	27
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Konseptual	35
2.4 Hipotesis	36
BAB 3. METODE PENELITIAN	39
3.1 Identifikasi Variabel	39
3.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.3 Desain Penelitian	41
3.4 Jenis Data	42
3.5 Populasi dan Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data	44
3.7 Teknik Analisis Data	45
3.7.1 Uji Instrumen Data	45
3.7.1.1 Uji Validitas	46
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	46
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.7.3.1 Uji Multikolinearitas	48
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas	48
3.7.3.3 Uji Normalitas	49
3.6.4 Uji Hipotesis	49
3.7.4.1 Uji t	49
3.7.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50

BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Ojek Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Perusahaan CV. Karunia Jaya	51
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	51
4.1.3 Struktur Organisasi	51
4.1.4 Aspek Personalia	55
4.1.5 Aspek Produksi	57
4.1.6 Aspek Pemasaran	59
4.1.7 Aspek Promosi	59
4.2 Deskripsi Statistik Responden	59
4.3 Analisis Data	61
4.3.1 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden.....	61
4.3.2 Uji Instrumen Data.....	73
4.3.2.1 Uji Validitas	73
4.3.2.2 Uji Reabilitas.....	75
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.3.4.1 Uji Multikolinearitas	77
4.3.4.2 Uji Heterokedastisitas	78
4.3.4.3 Uji Normalitas	79
4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	80
4.3.5.1 Uji t	80
4.3.5.2 Uji Koefisien Determinasi	82
4.4 Pembahasan	83
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Penjualan Tahun 2016	5
Tabel 1.2	: Data Penjualan Tahun 2017	5
Tabel 2.1	: Ringkasan Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	: Bobot Penilaian	45
Tabel 4.1	: Rincian Tenaga Kerja	56
Tabel 4.2	: Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3	: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.4	: Frekuensi Responden Terhadap Periklanan	62
Tabel 4.5	: Frekuensi Responden Terhadap Promosi Penjualan	64
Tabel 4.6	: Frekuensi Responden Terhadap Penjualan perorangan	66
Tabel 4.7	: Frekuensi Responden Terhadap Publisitas	68
Tabel 4.8	: Frekuensi Responden Terhadap Pemasaran Langsung	70
Tabel 4.9	: Frekuensi Responden Terhadap Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.10	: Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4.11	: Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.12	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.13	: Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.14	: Hasil Uji t dan Koefisien Determinasi	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Tahap-tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	30
Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi	52
Gambar 4.2 : Proses Produksi	58
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heterokedastisitas	79
Gambar 4.4 : Hasil Uji Normalitas	80



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Kuisisioner
LAMPIRAN 3 : Hasil Perhitungan Frekuensi
LAMPIRAN 4 : Hasil Perhitungan Uji Validitas
LAMPIRAN 5 : Hasil Perhitungan Reliabilitas
LAMPIRAN 6 : Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi
Klasik dan Uji Hipotesis
LAMPIRAN 7 : Tabel r
LAMPIRAN 8 : Tabel t
LAMPIRAN 9 : Dokumentasi

