

**STUDI KOMPARASI PROMOSI DALAM PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ANTARA KONSUMEN PRODUK  
LARUTAN CAP KAKITIGA DAN CAP BADAQ DI SUMBERSARI  
JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana**

**Manajemen**



**Oleh:**

**UMAR SALIM**

**NIM. 16.1041.1010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2021**

**STUDI KOMPARASI PROMOSI DALAM PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ANTARA KONSUMEN PRODUK  
LARUTAN CAP KAKITIGA DAN CAP BADAQ DI SUMBERSARI  
JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana**

**Manajemen**



**Oleh:**

**UMAR SALIM**

**NIM. 16.1041.1010**

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

**2021**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Umar Salim

NIM : 1610411010

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **STUDI KOMPARASI PROMOSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ANTARA KONSUMEN PRODUK LARUTAN CAP KAKI TIGA DAN CAP BADAK DI SUMBERSARI JEMBER**, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada intitusi 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 di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 19 Januari 2021

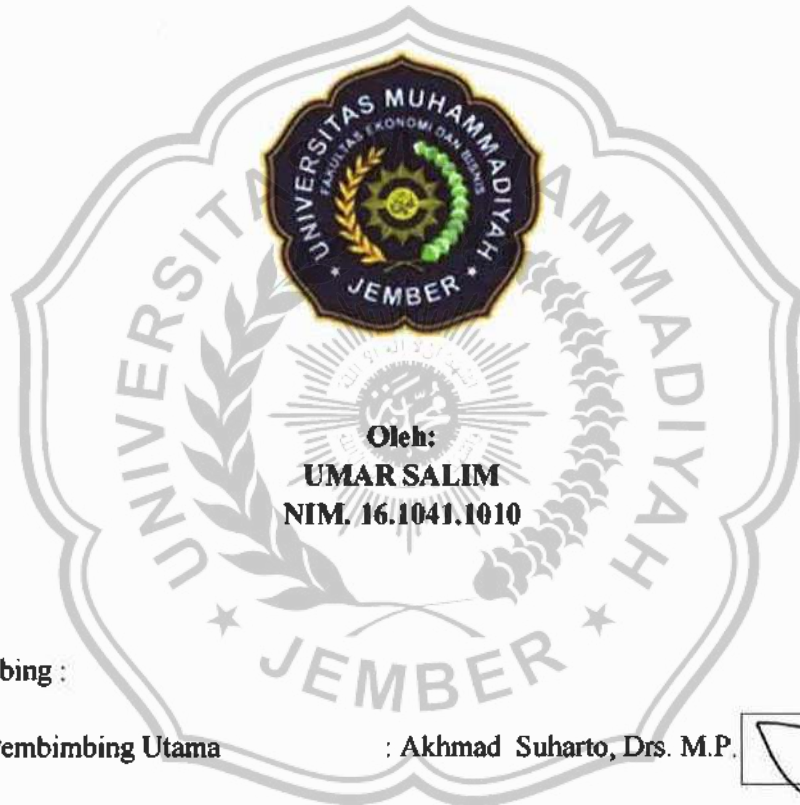
Yang menyatakan,



Umar Salim  
NIM. 161.0411.010

**SKRIPSI**

**STUDI KOMPARASI PROMOSI DALAM PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ANTARA KONSUMEN PRODUK  
LARUTAN CAP KAKITIGA DAN CAP BADAQ DI SUMBERSARI  
JEMBER**



Oleh:  
**UMAR SALIM**  
NIM. 16.1041.1010

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Akhmad Suharto, Drs. M.P.

Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah, SE. MM.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : **“STUDI KOMPARASI PROMOSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ANTARA KONSUMEN PRODUK LARUTAN CAP KAKI TIGA DAN CAP BADAK DI SUMBERSARI JEMBER”** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Umar Salim  
Nim : 1610411010  
Hari : Selasa  
Tanggal : 19 Januari 2021  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Dra. Retno Endah Supeni, MM  
NPK. 95 10 256

Anggota 1,



Akhmad Suharto, Drs. M.P.  
NPK. 89 06 242

Anggota 2,



Nursardah, SE. MM.  
NPK. 0724037202

Mengesahkan



Mahem Ika Sari, SE, MM  
NIP. 19770811 2005 01 2001



Achmad Hasan H. SE, MM  
NPK. 0714058604

## MOTTO

*Siap enggak siap, harus maju jalan. Biarin pelan-pelan ,yang penting jangan diam.  
Hidup enggak akan nunggu  
( Fiersa Bersari)*

*Jangan menunda lagi , besok belum tentu semudah hari ini.  
(Mario Teguh)*

*Believe. Hal-hal besar tidak pernah datang dari zona nyaman.  
(Instajurnal.id)*

*Tidak ada kata mengeluh untuk tulang yang tercipta kuat.  
(Motivasikan)*



## PERSEMBAHAN

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

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karuniaNya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terima kasih kepada kedua orang tua saya tercinta , Bapak Tohari dan Ibu Siti Rohana yang telah memberikan semangat, menasihati dan selalu tanpa henti mendoakan saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Terima kasih kepada kakak saya Nur Kholis dan istrinya Lusiana yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada saya, dan juga seluruh keluarga saya yang saya cintai.
4. Terima kasih kepada Bibi saya yaitu Siti Khomariah dan Paman saya Andik dan kedua keponakan saya Sindi novita dan Nadiyah yang selalu mensupport saya.
5. Terima kasih kepada sahabat saya selama kuliah yaitu Nadiyah Dewi, Fahru Yusuf, Yongki Andreas, Linda Sukmawati, Arik Bagus,Angga Restu, Nadya Mutia, Evi Ariani, Nurul Habibatus, Andini Yunikasari, Eni Susilowati, Ika Winda, Irma Puspitasari, Goval Chandra, Angga Wahyu, Yoga Pratama yang selalu memberikan semangat, membantu dan menemani saya.
6. Terima kasih kepada Bapak Drs. Akhmad Suharto, M.P. Ibu Nursaidah, SE.MM. dan Dra. Retno Endah Supeni, MM selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah membantu, membimbing dan mempermudah dalam penyusunan skripsi saya.
7. Terima kasih kepada sahabat dan teman- teman seperjuang Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya pada prodi Manajemen kelas A angkatan tahun 2016.
8. Terima kasih kepada almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember yang selalu saya banggakan dan memberi pengalaman dan cerita selama 3 tahun lebih.

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perbandingan promosi terhadap keputusan pembelian produk larutan cap Kaki tiga dan cap Badak pada masyarakat Summersari Jember. Dalam penelitian ini untuk mengukur keputusan pembelian menggunakan 4 variabel yaitu *advertising*, *direct marketing*, *sales Promotion* dan publisitas. Desain Penelitian yaitu menggunakan penelitian kuantitatif komparatif. Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data primer yang di peroleh dari hasil penyebaran kuisisioner kepada responden yang berada di wilayah Summersari Jember yang pernah mengkonsumsi larutan penyegar cap Badak dan cap Kaki Tiga. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Ferdinand (2002) dengan menggunakan jumlah indikator dikali 6 sehingga didapatkan 96 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu Uji *independent sample t-test*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perbandingan promosi terhadap keputusan pembelian lebih unggul larutan cap Kaki Tiga daripada larutan cap Badak

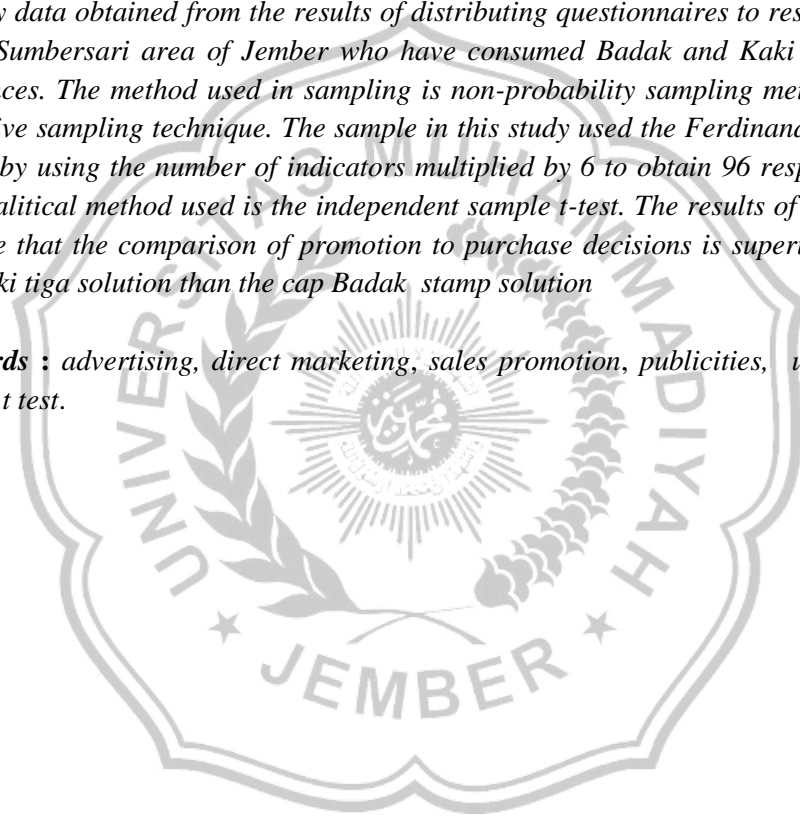
**Kata kunci :** *advertising*, *direct marketing* dan *sales promotion* , publisitas ,uji beda t test.



## **ABSTRACT**

*This research was conducted to analyze the comparison of the promotion against the decision to buy the product of the Tiga and Badak stamp solution in the Summersari Jember community. In this study, to measure purchasing decisions using 4 variables, namely advertising, direct marketing, sales promotion and publicity. Research design is using comparative quantitative research. The data used in this study are primary data obtained from the results of distributing questionnaires to respondents in the Summersari area of Jember who have consumed Badak and Kaki Tiga hat fragrances. The method used in sampling is non-probability sampling method with purposive sampling technique. The sample in this study used the Ferdinand formula (2002) by using the number of indicators multiplied by 6 to obtain 96 respondents. The analytical method used is the independent sample t-test. The results of his study indicate that the comparison of promotion to purchase decisions is superior to the cap Kaki tiga solution than the cap Badak stamp solution*

**Keywords :** *advertising, direct marketing, sales promotion, publicities, uji paired sample t test.*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Studi Komparasi Promosi dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Antara Konsumen Produk Larutan Cap Kaki Tiga dan Cap Badak di Sumpangsari Jember”. Skripsi ini disusun untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember Dr. Hanafi, S.pd.
2. Maheni Ika Sari, SE, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Achmad Hasan H. SE, MM, selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Akhmad Suharto, Drs. M.P. Ibu Nursaidah, SE.MM. dan Ibu Dra. Retno Endah Supeni, MM selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember terutama Program Study Manajemen.
6. Teman- teman seperjuang Fakultas ekonomi dan bisnis khususnya pada prodi Manajemen kelas A angkatan tahun 2016.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, karena itu penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun. Penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya dan dapat mendorong penelitian- penelitian selanjutnya.

Jember, 19 Januari 2021

Umar Salim

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	8
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	9
2.1.4 Promosi.....	9
2.1.4.1 Tujuan Promosi.....	10
2.1.4.2 Bauran promosi (Promotional Mix).....	10
2.1.5 Periklanan (Advertising) .....	11
2.1.5.1 Fungsi periklanan.....	11
2.1.5.2 Jenis Periklanan .....	12
2.1.5.3 Media Iklan .....	12
2.1.5.4 Indikator Periklanan (Advertising) .....	13
2.1.6 Pemasaran langsung (Direct marketing).....	13
2.1.6.1 Manfaat Pemasaran Langsung (Direct marketing) .....	13
2.1.6.2 Perbedaan Pemasaran Langsung (Direct Marketing) dengan Pemasaran Massal (General Marketing).....	14
2.1.6.3 Dimensi Pemasaran Langsung (Direct Marketing).....	14
2.1.6.4 Indikator Pemasaran Langsung.....	15

2.1.7 Promosi Penjualan (Sales Promotion) .....	16
2.1.7.1 Tujuan Promosi Penjualan .....	16
2.1.7.2 Kiat Promosi Penjualan.....	17
2.1.7.3 Indikator Promosi Penjualan (Sales Promotion) .....	18
2.1.8 Publisitas .....	19
2.1.8.1 Fungsi Publisitas .....	19
2.1.8.2 Indikator Publisitas .....	19
2.1.9 Keputusan Pembelian .....	20
2.1.9.1 Komponen-komponen Keputusan Pembelian.....	20
2.1.9.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
2.4 Hipotesis.....	26
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Identifikasi Variabel.....	29
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.3 Desain Penelitian.....	31
3.4 Jenis Data Penelitian .....	32
3.4.1 Data Primer.....	32
3.4.2 Data Sekunder .....	32
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.5.1 Populasi .....	32
3.5.2 Sampel .....	33
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6.1 Kuesioner .....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1 Analisa Kuantitatif.....	34
3.7.1.1 Uji Validitas .....	34
3.7.1.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.7.1.3 Uji Normalitas.....	36
3.7.1.4 Uji Independent T-test .....	37
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum.....	39
4.1.1 Gambaran Umum Cap Kaki Tiga .....	39
4.1.2 Gambaran Umum Cap Badak .....	40
4.2 Karakteristik Responden .....	42
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Larutan Cap Kaki Tiga .....	42
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Larutan Cap Kaki	

Tiga .....	43
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Larutan Cap Kaki Tiga .....	43
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi Larutan Cap Kaki Tiga .....	44
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Larutan Cap Badak .....	45
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Larutan Cap Badak.....	45
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Larutan Cap Badak .....	46
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi Larutan Cap Badak .....	46
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden .....	48
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Larutan Cap Kaki Tiga .....	48
4.3.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Larutan Cap Badak .....	53
4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	58
4.4.1 Hasil Penelitian .....	58
4.4.1.1 Uji Validitas .....	58
4.4.1.2 Uji Reliabilitas .....	59
4.4.1.3 Uji Normalitas .....	60
4.4.1.4 Uji Beda (Independent Sample t-test).....	61
4.4.2 Pembahasan Penelitian .....	62
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran.....	65
5.3 Rekomendasi .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>71</b>

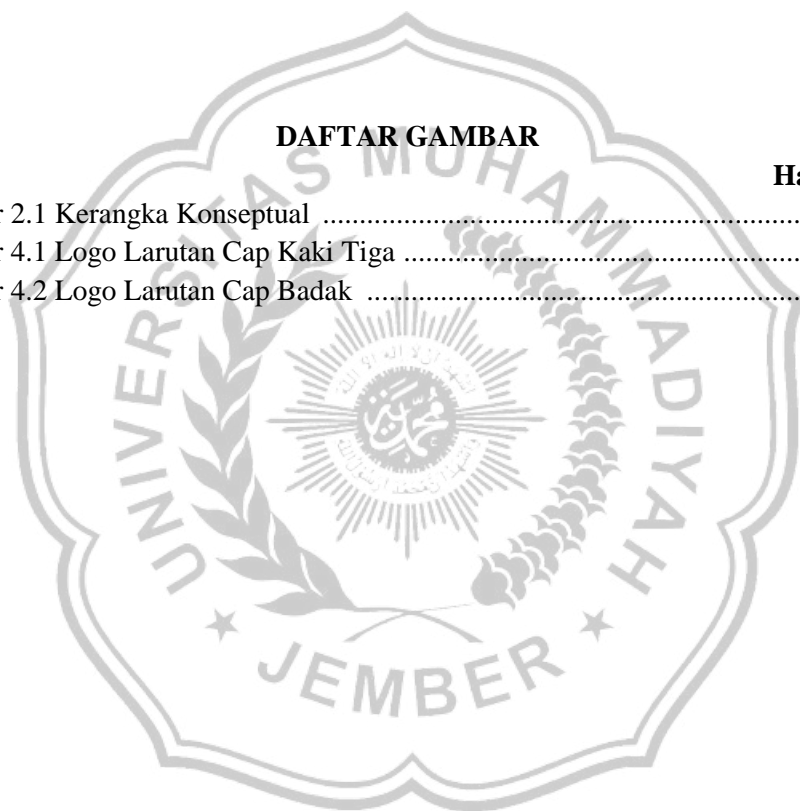
## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Top Brand Index .....	4
Tabel 2.1 Perbedaan Direct Marketing dan General Marketing.....	14
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Larutan Cap Kaki Tiga.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Larutan Cap Kaki Tiga .....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Larutan Cap Kaki Tiga.....	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi Larutan Cap Kaki Tiga .....	44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Larutan Cap Badak.....	45
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Larutan Cap Badak .....	45
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Larutan Cap Badak.....	46
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi Larutan Cap Badak .....	46
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Advertising Larutan Cap Kaki Tiga.....	48
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Direct Marketing Larutan Cap Kaki Tiga .....	49
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Sales Promotion Larutan Cap Kaki Tiga.....	50
Tabel 4.12 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Publisitas Larutan Cap Kaki Tiga.....	51
Tabel 4.13 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Larutan Cap Kaki Tiga .....	52
Tabel 4.14 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Advertising Larutan Cap Badak.....	53
Tabel 4.15 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Direct Marketing Larutan Cap Badak.....	54
Tabel 4.16 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Sales Promotion Larutan Cap Badak .....	55
Tabel 4.17 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Publisitas Larutan Cap Badak .....	56
Tabel 4.18 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan	

Pembelian Larutan Cap Badak.....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Larutan Cap Kaki Tiga .....	58
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Larutan Cap Badak .....	59
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.22 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.23 Hasil Uji Beda (Independent Sample t-test).....	61

### DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 4.1 Logo Larutan Cap Kaki Tiga .....	40
Gambar 4.2 Logo Larutan Cap Badak .....	41



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	71
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian .....	79
Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner Larutan Cap Kaki Tiga .....	80
Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner Larutan Cap Badak .....	81
Lampiran 4 Karakteristik Responden Cap Kaki Tiga Dan Cap Badak .....	84
Lampiran 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Cap Kaki Tiga .....	86
Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Cap Badak .....	87
Lampiran 7 Uji Validitas Cap Kaki Tiga .....	97
Lampiran 8 Uji Validitas Cap Badak .....	102
Lampiran 9 Uji Reliabilitas Cap Kaki Tiga .....	107
Lampiran 10 Uji Reliabilitas Cap Badak .....	107
Lampiran 11 Uji Normalitas .....	109
Lampiran 12 Uji Beda .....	110
Lampiran 13 Dokumentasi .....	111