

## ABSTRAK

Tingkat persaingan perusahaan yang menjual produk multivitamin dewasa semakin ketat karena meningkatnya permintaan multivitamin, terutama vitamin C. orang dihadapkan dengan berbagai pilihan produk, sehingga persepsi harga dan kegiatan promosi menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Holisticare Ester-C di kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Para responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Mahasiswi Universitas Kristen Maranatha. Data yang berhasil dikumpulkan berjumlah 102 responden. dengan metode purposive sampling, dan semua data dapat digunakan. Hasil uji empiris menunjukkan bahwa persepsi harga dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Ester-C, namun hanya berkontribusi 44,8% terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci :** Persepsi Harga, Promosi , Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

The level of competition of companies that sell adult multivitamin products is getting tougher because of increasing multivitamin demand, especially vitamin C. People are faced with a variety of product choices, so that price perceptions and promotional activities are considered in product purchasing decisions. This study aims to determine whether there is an influence of price and promotion perceptions on consumer purchasing decisions of Holisticare Ester-C among Maranatha Christian University Students. The respondents in this study were college Students of Maranatha Christian University. The data collected was 102 respondents. With purposive sampling method, and all data can be used. The empirical test results show that the perception of price and promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions on Ester-C products, but only contributes 44,8% to purchasing decisions.

**Keywords :** Perception Price, Promotion, Purchasing Decision, Product Ester-C



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN KARYA TULIS SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	6
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.3.1 Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	8
2.1.4 Produk .....	9
2.1.5 Persepsi Harga.....	10

2.1.5.1 Tujuan Penetapan Harga .....	12
2.1.6 Promosi	
2.1.6.1 Bauran Promosi.....	14
2.1.6.2 Iklan.....	15
2.1.6.2.1 Tujuan Periklanan .....	16
2.1.6.2.2 Fungsi Periklanan.....	16
2.1.6.2.3 Jenis Media Periklanan .....	17
2.1.6.3 Promosi Penjualan.....	18
2.1.6.4 Personal Selling.....	20
2.1.6.4.1 Prinsip dari Personal Selling .....	21
2.1.6.4.2 Peranan Personal Selling.....	22
2.1.6.4.3 Dimensi Personal Selling .....	23
2.1.7 Perilaku Konsumen .....	24
2.1.7.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	24
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	27
2.1.8.1Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	28
2.1.9 Penelitian Terdahulu .....	30
2.1.10 Rerangka Teori.....	31
2.2 Rerangka Pemikiran .....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1 Uji Validitas .....	40
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	41

3.5.4 Uji Hipotesis.....	43
3.5.5 Uji Regresi .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran umum objek penelitian .....	45
4.2 Analisis data dan Pembahasan .....	45
4.2.1 Data Responden .....	45
4.2.2 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	45
4.2.3 Responden Menurut Usia.....	46
4.2.4 Responden Menurut Jenis Pekerjaan .....	47
4.2.5 Responden Menurut Penghasilan Rata-rata .....	47
4.3 Analisa Deskriptif data.....	48
4.3.1.1 Uji Validitas .....	49
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	51
4.3.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.3.1.3.1 Uji Normalitas.....	53
4.3.1.3.2 Uji Multikolinearitas .....	55
4.3.1.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	57
4.4 Uji Hipotesis.....	58
4.4.1 Uji F .....	58
4.4.2 Uji T .....	60
4.5 Uji Regresi .....	61
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	63
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Simpulan .....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	66
5.3 Saran-saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE) ..</b>	<b>88</b>

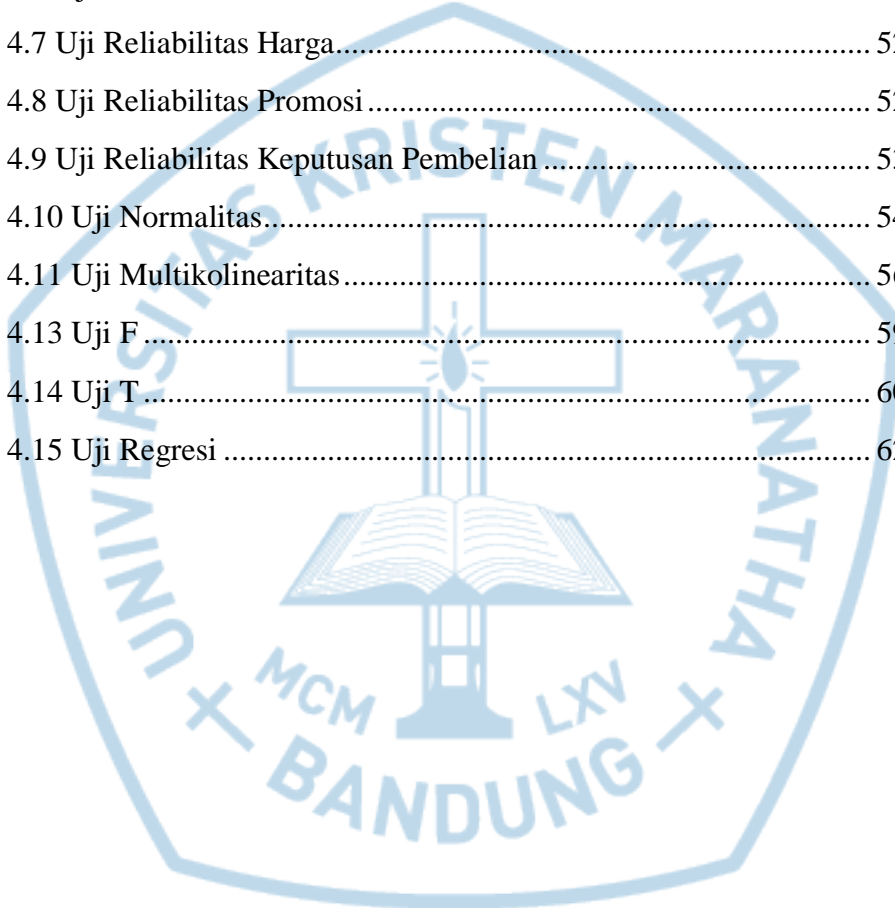
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 lima tahap proses pembelian konsumen.....	28
Gambar 2.2 Rerangka Teori.....	31
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran.....	32
Gambar 2.4 Model Penelitian .....	33



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis kelamin .....	45
Tabel 4.3 Responden Menurut Usia.....	46
Tabel 4.4 Responden Menurut Jenis Pekerjaan .....	47
Tabel 4.5 Responden Menurut Penghasilan Rata-rata .....	48
Tabel 4.6 Uji Validitas .....	49
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Harga.....	52
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Promosi .....	52
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	53
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel 4.13 Uji F .....	59
Tabel 4.14 Uji T .....	60
Tabel 4.15 Uji Regresi .....	62



## DAFTAR GRAFIK

Grafik I Uji Normalitas Sebelum Deteksi Outlier dengan Normal P-Plot Of <i>Regression Standardized</i> Residual Model Regresi I.....	55
Grafik II Uji Heterokedastisitas Sebelum Deteksi Outlier dengan Normal P-Plot Of <i>Regression Standardized</i> Residual Model Regresi II .....	58





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner penelitian

Lampiran 2 : Validitas dan Reliabilitas

