

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH TIPE
ORCHID E
(Studi pada Warga di Perumahan Harvest City Cileungsi)**

SKRIPSI

Oleh:

WILLIAM LUZZAN KAWENGIAN

1831150014



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2022**

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH TIPE
ORCHID E
(Studi pada Warga di Perumahan Harvest City Cileungsi)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

WILLIAM LUZZAN KAWENGIAN

1831150014



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2022**



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : William Luzzan Kawengian

NIM : 1831150014

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul "ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH TIPE ORCHID E" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 25 Februari 2022



(William Luzzan Kawengian)



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH TIPE ORCHID E

Oleh :

Nama : William Luzzan Kawengian

NIM : 1831150014

Program Studi : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata/ pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia

Jakarta, 25 Februari 2022

Menyetujui :

Pembimbing I,

(Fenny B.N.L. Tobing, SE., MMA)

NIDN. 0309066102

Pembimbing II,

(Ganda T. Hutapea, SE., MBM)

NIDN. 0317066201

Ketua Program Studi Manajemen

(Jonny Siagian, SE., MMA)



(Juanita Siharta, SE., Msi)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 25 Febuari 2022 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : William Luzzan Kawengian

NIM : 1831150014

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk Ujian Tugas Akhir yang berjudul "ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH TIPE ORCHID E" Oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Sautman Sinaga, S.E.MM	(Ketua)	
2. Carolina F. Sembiring, SE., MM	(Sekretaris)	
3. Fenny B.N.L Tobing, SE.,MMA	(Anggota)	

Jakarta, 25 Febuari 2022



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

Pernyataan dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : William Luzzan Kawengian

NIM : 1831150014

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Tugas Akhir : Skripsi (S-1)

Judul : ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN RUMAH TIPE ORCHID E

Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non-eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta

17 Februari 2022

Yang menyatakan



William Luzzan Kawengian

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus kristus atas kuasaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat waktu. Dengan tersusunnya skripsi dengan baik penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Keluarga penulis karna kasih, pengertian, kasih sayang, dan doa yang tidak putus-putus sehingga penelitian ini dapat terselenggara dengan baik
2. Fenny B.N.L Tobing, SE., MMA selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia serta sebagai pembimbing materi
3. Ganda T.Hutapea, SE., MBM selaku pembimbing teknis yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
4. Kepada seluruh dosen FEB UKI yang telah membagikan ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menerapkan ilmunya pada penelitiannya kali ini.
5. Kepada seluruh warga serta RT dan RW yang telah bersedia menjadi responden penelitian penulis tanpa kalian penelitian ini tidak mungkin terjadi.
6. Kepada seluruh teman dan sahabat penulis yang telah memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 25 Febuari 2022



(William Luzzan Kawengian)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Ruang lingkup Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORI	8
A. Pengertian Pemasaran	8
B. Bauran Pemasaran	9
1. Produk	9
2. Harga	11
3. Promosi	12
C. Perilaku Konsumen	13
D. Keputusan Pembelian	14
E. Hubungan Antar Variabel	18
1. Produk Dengan Keputusan Pembelian	18
2. Harga Dengan Keputusan Pembelian	18
3. Promosi Dengan Keputusan Pembelian	19
4. Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Dimensi Penelitian	21
B. Kerangka Pemikiran	21
C. Metode Penelitian	23
D. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	24
1. Identifikasi Variabel	24

2. Definisi Operasional dan Indikator Variabel.....	25
3. Pengolahan Data dan Metode Analisis Data	29
4. Instrumen Penelitian.....	30
5. Uji Coba Instrumen	30
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
1. Tempat dan Waktu Penelitian	32
2. Karakteristik Profil Responden	32
B. Pengujian Instrumen	34
1. Uji Validitas.....	34
2. Uji Reliabilitas.....	37
3. Uji T.....	39
4. Uji Linear Berganda	40
5. Uji F.....	43
6. Uji R²	44
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
A. Kesimpulan	45
B. Saran.....	45
 DAFTAR PUSTAKA	47
 LAMPIRAN.....	48

DAFTAR TABEL

TABEL II - 1 Penelitian Terdahulu	20
TABEL III - 2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	27
TABEL IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
TABEL IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
TABEL IV - 5 Pengujian Validitas Instrumen Tingkat Kinerja	34
TABEL IV - 6 Validitas Keputusan Pembelian	35
TABEL IV - 7 Validitas Promosi	36
TABEL IV - 8 Validitas Harga	36
TABEL IV - 9 Validitas Produk	37
TABEL IV - 10 Realibilitas	38
TABEL IV - 11 Uji T	39
TABEL IV - 12 Uji Linear Berganda	41
TABEL IV - 13 Uji F	43
TABEL IV - 14 Uji R^2	44

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR I – 1 Proses Keputusan Pembelian	14
GAMBAR III – 2 Kerangka Pemikiran	22



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran – 1 Kuesioner.....	48
Lampiran – 2 Validitas.....	49
Lampiran – 3 Reliabilitas	53
Lampiran – 4 Uji T.....	54
Lampiran – 5 Uji Linear Berganda	55
Lampiran – 6 Uji F.....	55
Lampiran – 7 Uji R^2	55



ABSTRAK

Penelitian yang dibuat dengan tujuan untuk menganalisis suatu dampak dari produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian untuk rumah pada Perumahan Harvest City Cileungsi. Populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah orang yang telah melakukan pembelian suatu rumah di *cluster* Orchid E pada Perumahan Harvest City Cileungsi. Pupulasi yang digunakan sebanyak 73 konsumen, didapat berdasarkan rumus Taro Yamane. Metode pengumpulan dari sampel menggunakan purposive sampling. Metode untuk mengumpulkan data menggunakan metode yaitu survey, dengan instrumen penelitian atau alat yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis dengan menggunakan statistik. Penelitian ini membuktikan bahwa dari promosi efek positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. kemudian harga memberi efek positif serta signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Begitupun produk memberi efek positif serta signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, dan Produk, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The study was conducted with the aim of analyzing the impact of products, prices, and promotions on purchasing decisions for houses in the Harvest City Cileungsi Housing Complex. The population used for this study were people who had purchased a house in the Orchid E cluster at the Harvest City Cileungsi Housing Complex. The population used was 73 consumers, obtained based on the Taro Yamane formula. The sample collection method used purposive sampling. The method for collecting data used a survey method, with the research instrument or tool used being a questionnaire. The analysis method used statistics. This study proves that promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions. Then the price has a positive and significant effect on purchasing decisions. Likewise, the product has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Promotion, Price and Product, Purchase Decision

