

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JERSEY AWA SPORTS**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

YULFA RIZKY

2031150067



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

2024

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY AWA SPORTS

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

YULFA RIZKY

2031150067



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

2024



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yulfa Rizky

NIM : 2031150067

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang ber judul “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jersey Awa Sports” adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi skripsi 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 skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 09 Juli 2024



(Yulfa Rizky)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JERSEY AWA SPORTS**

Oleh:

Nama : Yulfa Rizky
NIM : 2031150067
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi S1 - Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia

Jakarta, 08 Juli 2024

Menyetujui:

Pembimbing I

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

NIDN :0309066102

Pembimbing II

(Nenny Anggraini, SE, M. Psi.)

NIDK: 8969101024

Ketua Program Studi S1 Manajemen

(Jonny Siagian, S.E., MMA)

NIDN : 0301086104



(Dr. Ir. Kurniawan Mangani, M.A)

NIDN : 0015096301



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 08 Juli 2024 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

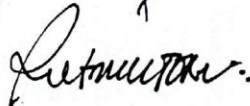
Nama : Yulfa Rizky

NIM 2031150067

Program Studi : S1 – MANAJEMEN

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian AWA Sports”. oleh tim penguji yang terdiri dari:

No	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Carolina F. Sembiring, SE., MM.	Sebagai Ketua	
2	Rutman Lumbantoruan, SE., MM.	Sebagai Sekretaris	
3	Fenny B.N.L. Tobing, SE, MMA	Sebagai Anggota	

Jakarta, 08 Juli 2024



PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yulfa Rizky
NIM : 2031150067
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jersey Awa Sports

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah diduplikasi atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjanadi perguruan tinggi manapun.
2. Bukan duplikasi dari karya tulis ilmiah yang telah dipublikasi atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara sitasi yang semestinya.
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif tanpa royalty kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengubah alih bentuk, mengelola dalam pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan karya ini serta tetap mencantumkan nama saya sebagai pencipta dari karya tulis ini.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran Hak Cipta dan kekayaan intelektual atau peraturan perundang-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.

Dibuat di Jakarta
Pada tanggal, 09 Juli 2024



(Yulfa Rizky)

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian jersey AWA sports” Penulisan skripsi ini diajukan untuk mengikuti sidang skripsi di Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Kristen Indonesia.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini, penulis secara khusus menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Dhaniswara K. Harjono S.H., M.H., M.B.A., Selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia
2. Ibu Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia
3. Ibu Dr. Melinda Malau, S.E., M.M., selaku wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
4. Bapak Jhony Siagian, S.E., MMA, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia, sekaligus Dosen Pembimbing Teknis yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dan saran dalam penyusunan tugas akhir saya.
5. Ibu Fenny B.N.L. Tobing, SE, MMA. selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk membimbing saya dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan penulisan tugas akhir saya, sehingga saya dapat menyelesaikannya dengan mudah dan baik.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan memberi ilmu selama perkuliahan dan seluruh staff yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.

7. Pintu surgaku Mamah, Papahku dan Kakak yang sudah memberikan motivasi penuh dan mendoakan untuk saya menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Richard Anggiat Slamet, selaku pembina Unit Kegiatan Olahraga Mahasiswa (UKOM) Universitas Kristen Indonesia yang telah membina dan membimbing saya selama ini di Universitas Kristen Indonesia
9. Terima kasih juga buat diri sendiri yang kuat bertahan sampai akhirnya dititik bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada UKOM angkatan 2020 yang sudah memberikan motivasi, dukungan, bantuan serta do'a yang telah diberikan selama ini sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini
11. Kepada Alfi , Eldy, Hilal, Khoirul, Ipay, fajranwar, Luna, Mauren, Ibeth, Figo, Rizky, Berlianto, Rifqi Andika terima kasih sudah memberi motivasi dan dukungan penuh selama saya menjalankan kuliah.
12. Rekan-rekan mahasiswa FEB angkatan 2020.
13. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kontribusinya dan dukungan kepada penyusun.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	4
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI	6
2.1 Uraian Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	7
2.1.4 Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.2 Harga	9
2.2.1 Pengertian Harga.....	9

2.2.2	Penetapan Harga.....	10
2.2.3	Indikator Harga	12
2.3	Promosi	12
2.3.1	Pengertian Promosi	12
2.3.2	Tujuan Promosi	14
2.3.3	Jenis Promosi	15
2.3.4	Manfaat Promosi	15
2.3.5	Indikator Promosi.....	16
2.4	Keputusan pembelian	17
2.4.1	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
2.4.2	Proses Keputusan Pembelian	20
2.4.3	Indikator Keputusan Pembelian	22
2.5	Keterkaitan Antar Variabel	23
2.5.1	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.5.2	Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.5.3	Hubungan Harga Dan Promosi Secara Simultan Dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.6	Penelitian Terdahulu	24
2.7	Kerangka Berpikir.....	25
BAB III		26
METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian.....	26
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	26
3.3.1	Subjek Penelitian.....	26
3.3.2	Objek Penelitian	26
3.4	Populasi dan sampel penelitian	27
3.4.1	Populasi Penelitian.....	27
3.4.2	Sampel Penelitian.....	27
3.5	Definisi Operasional.....	27

3.5.1	Variabel Bebas dan Variabel Terikat	27
3.6	Jenis dan sumber data.....	29
3.6.1	Jenis Data	29
3.6.2	Sumber Data.....	29
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.8	Metode Pengolahan Data	30
3.9	Hipotesis Penelitian.....	31
3.10	Tranformasi data Ordinal Menjadi Interval	31
3.11	Teknik Analisis Data.....	31
3.11.1	Uji Validitas	32
3.11.2	Uji Reliabilitas	33
3.12	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.12.1	Uji Normalitas.....	34
3.12.2	Uji Multikolineritas.....	35
3.12.3	Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.13	Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.14	Koefisien Determinasi (R^2)	38
3.15	Uji Hipotesis	38
3.15.1	Uji t	38
3.15.2	Uji F	39
3.16	Alur Penelitian	40
BAB IV		41
HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Perusahaan.....	41
4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.3	Karakteristik Responden	42
4.4	Pengujian Instrumen.....	42
4.4.1	Uji Validitas.....	42
4.4.2	Uji Reliabilitas	45
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	46

4.5.1	Uji Normalitas	46
4.5.2	Uji Multikolinearitas	47
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	48
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
4.7	Hasil Pengujian Hipotesis	51
4.7.1	Uji t (Parsial)	51
4.7.2	Uji F (Simultan)	52
4.8	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.9	Implikasi Manajerial	54
BAB V		56
PENUTUP		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN		59



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Unit Kegiatan Olahraga Mahasiswa (UKOM)	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	25
Tabel 3.2 Skala Likert	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2 Uji Validitas Harga (X1).....	40
Tabel 4.3 Uji Validitas Promosi (X2)	41
Tabel 4.4 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	42
Tabel 4.5 Uji Reabilitas.....	43
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji t (parsial).....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji F (simultan)	50
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	38
Gambar 4.1 Scatterplot	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	58
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	61
Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas.....	64
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas.....	67
Lampiran 6 Hasil Uji analisis regresi Berganda, uji t + uji multikolerinitas ...	68
Lampiran 7 Hasil Uji F	69
Lampiran 8 Hasil Koefisien Determinasi	70



ABSTRAK

Yulfa Rizky, Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jersey AWA Sports

Proses menimbang dan memilih beberapa opsi sesuai dengan preferensi tertentu, kemudian memutuskan opsi yang dianggap paling menguntungkan, adalah keputusan pembelian. Harga dan pemasaran adalah dua dari banyak elemen yang mempengaruhi keputusan untuk membeli. Lima puluh anggota laki-laki dan perempuan dari tim sepak bola dan futsal UKOM Universitas Kristen Indonesia berpartisipasi dalam studi kuantitatif ini. Tujuan berdasarkan penelitian ini merupakan buat mengetahui bagaimana keputusan konsumen buat membeli jersey AWA Sports ditentukan sang harga & pemasaran. Kuesioner dipakai menjadi indera pengumpulan data. Untuk menganalisis data, analisis regresi berganda dipakai. Menurut temuan studi, variabel harga (X1) mempunyai taraf signifikansi 0,001, atau kurang berdasarkan 0,05, yg menerangkan bahwa harga secara signifikan & menguntungkan mensugesti keputusan konsumen buat membeli. Sebaliknya, variabel disiplin kerja (X2) mempunyai taraf signifikansi sebanyak 0,017, yg kurang berdasarkan 0,05, menerangkan bahwa kenaikan pangkat secara signifikan & menguntungkan mensugesti keputusan konsumen buat membeli. Harga & kenaikan pangkat keduanya mempunyai imbas positif & signifikan terhadap keputusan pembelian secara bersamaan, berdasarkan nilai f yg dihitung sebanyak 14.185 & nilai signifikansi sebanyak 0.000, keduanya kurang berdasarkan 0.005. Nilai koefisien R^2 yg dimodifikasi sebanyak 0,893 (8,93%) menerangkan bahwa harga & kenaikan pangkat mempunyai imbas dalam keputusan konsumen buat membeli.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Yulfa Rizky, The Influence of Price and Promotion on Purchase Decisions for AWA Sports Jerseys

The process of weighing and choosing multiple options according to certain preferences, then deciding on the one deemed most advantageous, is the purchasing decision. Price and marketing are two of the many elements that affect the choice to buy. Fifty male and female members of Universitas Kristen Indonesia's UKOM football and futsal teams participate in this quantitative study. The purpose of this research is to understand how consumer decisions to purchase AWA Sports jerseys are determined by price and marketing. The questionnaire was used as a data collection instrument. To analyze the data, multiple regression analysis was employed. According to the study's findings, the price variable (X1) has a significance level of 0.001, which is less than 0.05, indicating that price significantly and positively suggests consumers' purchasing decisions. Conversely, the work discipline variable (X2) has a significance level of 0.017, which is less than 0.05, indicating that promotion significantly and positively suggests consumers' purchasing decisions. Price and promotion both have a positive and significant impact on purchasing decisions simultaneously, based on the calculated f-value of 14.185 and a significance value of 0.000, both less than 0.005. The modified R2 coefficient value of 0.893 (89.3%) indicates that price and promotion have an impact on consumer purchasing decisions.

Keywords : Prices, Promotions, Purchase Decisions