

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CAT DULUX DI PT ABADI
BERKAT ODELIA (ABO)**

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:

SIKKOP MARTUA GULTOM

2231150067



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
2026**



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SIKKOP MARTUA GULTOM

NIM : 2231150067

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAT DULUX DI PT ABADI BERKAT ODELIA (ABO)” 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, 03 Februari 2026


Sikop Martua Gultom)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CAT DULUX DI PT ABADI BERKAT ODELIA
(ABO)

Oleh:

Nama : SIKKOP MARTUA GULTOM

NIM : 2231150067

Program Studi : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Telah di periksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam sidang Skripsi guna mencapai gelar sarjana strata satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 3 Februari 2026

Menyetujui ;

Pembimbing I

(Carolina F. Sembiring, S.E., M.M)

NUPTK: 1048748649230163

Pembimbing II

(Jonny Siagian, S.E., M.M.)

NUPTK: 8133739640130063

Ketua Program Studi Manajemen

(Jonny Siagian, S.E., M.M.)

NUPTK: 8133739640130063



(Indra Halim, S.E., M.Ak., Ak., CA.,
ASEAN CPA)

NUPTK: 4533755656130143



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada tanggal 3 Februari 2026 telah diselenggarakan sidang skripsi untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik guna memperoleh gelar sarjana strata satu program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : SIKKOP MARTUA GULTOM

NIM : 2231150067

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Cat Dulux Di Pt Abadi Berkat Odelia (ABO)” oleh tim penguji yang terdiri dari :

Nama Penguji	Jabatan Dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Fenny B.N.L Tobing S.E., M.M.A	,Sebagai Ketua	
2. Rutman Lumbantoruan S.E., M.M	,Sebagai Anggota	
3. Carolina F. Sembiring, S.E., M.M	,Sebagai Anggota	

Jakarta, 3 Februari 2026



PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SIKKOP MARTUA GULTOM
NIM : 2231150067
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : “ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAT DULUX DI PT ABADI BERKAT ODELIA (ABO)”

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi 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. Skripsi 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 Noneksklusif 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 darisegala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 30 April 2026



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Cat Dulux di PT Abadi Berkat Odelia (ABO)”.

Penelitian ini dibuat dan disusun sebagai skripsi penulis, serta sebagai syarat yang harus dipenuhi guna menempuh sidang ujian sarjana serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia (FEB UKI). Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga menyadari tidak sedikit kendala dan halangan yang dihadapi penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun berkat bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak maka penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama menempuh pendidikan di program studi Manajemen FEB UKI, penulis mendapat banyak ilmu, wawasan dan pelajaran yang bermanfaat bagi kehidupan serta wawasan penulis. Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis banyak dibantu, diberi arahan, dukungan, serta semangat oleh orang-orang di sekitar penulis. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas kasih sayang dan penyertaan yang telah diberikan kepada penulis untuk membimbing, membantu, dan menyertai disetiap proses kehidupan penulis sehingga dapat sampai diposisi saat ini tanpa kekurangan suatu apapun.
2. Orang tua saya yaitu Bapak Apoi Gultom dan Ibu Tiamuna Br Simatupang yang sangat saya cintai dan sayangi yang selalu memberi doa, dukungan, dan semangat serta motivasi yang luar biasa kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
3. Prof. Dr. Dhaniswara K. Hardjono, SH., MH., MBA. selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
4. Bapak Indra Halim, S.E., M.Ak., Ak., CA., CPA., ASEAN CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia dan Dr. Netty Laura, S.E., M.M. sebagai Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.
5. Bapak Jonny Siagian, SE., MMA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia dan juga selaku dosen pembimbing metode dan alat yang selalu memberikan semangat dan selalu dapat meluangkan waktu untuk penulis seluruhnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Ibu Fenny B.N.L. Tobing, SE, MMA. selaku dosen pembimbing akademik yang memberikan saya dukungan dan semangat.
7. Carolina F. Sembiring, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing materi yang selalu memberikan semangat dan dapat meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Seluruh dosen program Studi Manajemen dan staf FEB UKI yang ikut serta membantu memberikan dukungan dan bantuan penulisan skripsi ini, semoga ilmu dan pengalaman yang diberikan dapat didedikasikan untuk kesuksesan penulis di hari – hari yang akan datang.

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. Tuhan Yesus Memberkati.

Jakarta, 2026

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.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR SINGKATAN.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Hipotesis.....	7
1.6 Tujuan Penelitian.....	7
1.7 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Costumer Behavior.....	9
2.1.2 Hukum Permintaan (Law of Demand).....	11
2.1.3 Utility Theory.....	12
2.1.4 Pemasaran.....	13
2.1.5 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.6 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.7 Promosi.....	17
2.1.8 Harga.....	18

2.1.9 Keputusan Pembelian.....	21
2.1.10 Tahap-Tahap pengambilan Keputusan.....	24
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	26
2.2.1 Relevansi dan Perbedaan Antara 4 Penelitian Yang Diteliti Oleh Penulis.....	30
2.3 Kerangka Penelitian.....	31
2.4 Pertanyaan Penelitian dan/atau Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	35
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.3.1 Populasi Penelitian.....	36
3.3.2 Sampel Penelitian.....	37
3.4 Defenisi Operasional Variabel.....	37
3.4.1 Variabel Independen (X).....	39
3.4.2 Variabel Dependen (Y).....	39
3.5 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Sumber Data.....	39
3.5.2 Instrumen Penelitian.....	40
3.5.3 Transformasi Data Ordinal.....	40
3.5.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	42
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Realibilitas.....	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.2 Uji Analisis Deskriptif.....	45
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.7.4 Uji Hipotesis.....	46
3.7.5 Koefisien Determinasi (R ²).....	47
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	48
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Statistik Deskriptif.....	48

4.2 Pembahasan.....	49
4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas.....	49
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	54
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.2.5 Uji Hipotesis.....	64
4.2.6 Koefisien Determinasi (R ²).....	69
4.3 Keterbatasan Penelitian.....	70
4.4 Implikasi Manajerial.....	70
BAB V Simpulan dan Saran.....	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan.....	2
Tabel 1.2 Data Target Perusahaan.....	4
Tabel 1.3 Data Kontribusi.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	32
Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3.3 Skala Likert.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	50
Tabel 4.7 Uji Analisis Statistik Feskriptif.....	51
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Harga.....	52
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Promosi	54
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.13 Analisis Linear Berganda.....	60
Tabel 4.14 Uji t.....	62
Tabel 4.15 Uji F.....	64
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi (R^2).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Model Of Consumer Decision Making</i>	10
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan.....	24
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian.....	30
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	62



DAFTAR SINGKATAN



PT	: Perseroan Terbatas
ABO	: Abadi Berkat Odelia
ICI	: <i>Imperial Chemical Industries</i>
MSI	: <i>Metode Successive Interval</i>
VIF	: <i>Tolerance dan Variance Inflation Factor</i>
R^2	: Koefisien Determinasi
SPSS	: <i>Statistical Package for the Social Sciences</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2 Skor Jawaban Variabel Harga (X1).....	80
Lampiran 3 Skor Jawaban Variabel Promosi (X2).....	82
Lampiran 4 Skor Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	84
Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	86
Lampiran 6 Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	87
Lampiran 7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	89
Lampiran 8 Uji Reliabilitas Harga (X1).....	89
Lampiran 9 Uji Reliabilitas Promosi (X2).....	90
Lampiran 10 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	90
Lampiran 11 Uji Analisis Deskriptif.....	90
Lampiran 12 Uji Normalitas.....	91
Lampiran 13 Uji Multikolinearitas.....	91
Lampiran 14 Uji Heteroskedasitas.....	92
Lampiran 15 Uji Regresi Linear Berganda.....	92
Lampiran 16 Uji T.....	92
Lampiran 17 Uji F.....	93
Lampiran 18 Koefisien Determinasi (R^2).....	93

ABSTRAK

Sikkop Martua Gultom,2231150067.Analisis pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk cat Dulux pada PT Abadi Berkat Odelia.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan penjualan produk Dulux yang terjadi selama periode tahun 2020–2024 serta belum tercapainya target penjualan perusahaan, sehingga diperlukan analisis terhadap variabel-variabel yang memengaruhi keputusan pembelian produk cat Dulux di PT ABO. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian berjumlah 80 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen produk cat Dulux di PT Abadi Berkat Odelia. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kelayakan instrumen penelitian. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien Determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk cat Dulux dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel promosi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$ dan secara simultan, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk cat Dulux di PT Abadi Berkat Odelia.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sikkop Martua Gultom,2231150067.*Analyze the effect of price and promotion on purchasing decisions of Dulux paint products at PT Abadi Berkas Odalia.*

This research is motivated by the decline in Dulux product sales during the 2020–2024 period and the failure to achieve the company's sales targets, indicating the need to evaluate marketing factors that influence consumers' purchasing decisions. This study employed a quantitative research method using a survey approach. The research sample consisted of 80 respondents selected through purposive sampling. Data were collected by distributing questionnaires to consumers of Dulux paint products at PT Abadi Berkas Odalia. The collected data were analyzed using validity and reliability tests to ensure the feasibility of the research instruments. Furthermore, classical assumption tests were conducted, including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis, followed by partial testing (t-test), simultaneous testing (F-test), and coefficient of determination (R^2).

The results of this study indicate that price has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of $0.000 < 0.05$. Promotion also has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of $0.022 < 0.05$. Simultaneously, price and promotion have a significant effect on purchasing decisions of Dulux paint products at PT Abadi Berkas Odalia.

Keywords: *Price, Promotion, Purchasing Decision*