

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESESUAIAN HARGA
DAN INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GARAM KRISTA PADA PT. CHEETHAM GARAM INDONESIA DI
KABUPATEN NAGEKEO**

SKRIPSI

Ini Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



OLEH:

ASWILBRODUS LAMUNG
NIM: 2015411403

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS FLORES
ENDE
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : ASWILBRODUS LAMUNG
Nim : 2015411403
Judul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESESUAIAN HARGA DAN INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARAM KRISTA PADA PT. CHEETAM GARAM INDONESIA DI KABUPATEN NAGEKEO

Ende, 8 Juli 2021

Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi

Pembimbing, I


Pembimbing, II


Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101


Gabriel Tanusi, SE.,M.Si
NIDN. 0827067101

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores




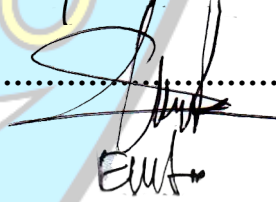
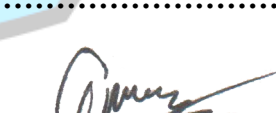


Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores untuk dipertahankan guna memperoleh Sarjana Manajemen pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 08 Juli 2021

 <p>Mengesakan, Dekan Fakultas Ekonomi</p> <p><u>Triany Dewy Soliman, SE.,M.Sc</u> NIDN. 0826037001</p>	 <p>Mengetahui, Ketua Program Studi Manajemen</p> <p><u>Lambertus Langga, SE.,M.Sc</u> NIDN. 0825077101</p>
<p>Tim Penguji :</p>	
1 <u>Dr. Hyronimus Se, SE.,MM</u> NIDN.0829097501	1. 
2 <u>Santy Permata Sari, S.AB.,MM</u> NIDN.0829069001	2. 
3 <u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u> NIDN. 0814109101	3. 
4 <u>Gabriel Tanusi, SE.,M.Si</u> NIDN. 0827067101	4. 
5 <u>Lambertus Langga, SE.,M.Sc</u> NIDN. 0825077101	5. 



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESESUAIAN HARGA DAN INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARAM KRISTA PADA PT. CHEETAM GARAM INDONESIA DI KABUPATEN NAGEKEO**” Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 8 Juli 2021 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 8 Juli 2021

Yang Memberi Pernyataan

Aswibrodus Lamung
NIM. 2015411403

MOTTO

***"ORANG YANG MAMPU BELAJAR
DARI KESALAHAN
ADALAH ORANG YANG BERANI
UNTUK SUKSES"***

PERSEMBAHAN

Dengan rahmat tuhan yang maha pengasih dan maha penyayang, dengan ini saya persembahkan tulisan ini kepada :

1. Tuhan yang telah memberikan kekuatan, kesehatan kemudahan, yang akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua yang saya cintai yang selalu senantiasa memberi kekuatan, motivasi, perhatian serta doa-doa yang tiada hentinya demi mewujudkan cita-cita untuk anakmu.
3. Adik-adik tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tiada henti-hentinya demi mencapai keberhasilan.
4. Sahabat-sahabat yang tersayang, terima kasih atas kebaikan, dukungan, dan motivasi selama di bangku kulia.
5. Teman-teman angkatan 2015, terima kasih atas kebaikan, motivasi dan dukungan selama di bangku kulia dan sukses buat kita semua.
6. Seluruh para dosen-dosen dan karyawan di Fakultas Ekonomi, terima kasih atas didikannya, ilmu pengetahuan yang diberikan, serta bantuan yang telah diberikan.
7. Dosen-dosen pembimbing, terima kasih atas bimbingannya selama ini sehingga proposal dan skripsi dapat terselesaikan.
8. Almamaterku tercinta Universitas Flores.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur yang telah diberikan oleh Tuhan semesta alam yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, karunia, dan petunjuknya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga Dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Garam Krista pada PT. Chheetham Garam Indonesia di Kabupaten Nagekeo” dengan lancar dan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores. Oleh karena itu didalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah ikhlas memberikan kontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini khususnya penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Ibu Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
2. Bapak Lambertus Langga, SE., M.Sc selaku ketua Program Studi Manajemen dan juga selaku dosen pembimbing I, terima kasih atas kesempatan waktu, bimbingan dan masukan-masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Gabriel Tanusi, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, motivasi, masukan-masukan, arahan dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Para Bapak Ibu dosen Program Studi Manajemen Universitas Flores yang telah membimbing selama masa perkuliahan.
5. Para pegawai Program Studi Manajemen Universitas Flores yang telah membantu selama masa perkuliahan.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua.

Ende, 17 Juni 2021

ASWILBRODUS LAMUNG

DAFTAR ISI

Halaman judul	i
Halaman persetujuan	ii
Halaman pengesahan	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Kata pengantar	vii
Daftar isi	ix
Daftar tabel	xii
Daftar gambar	xiii
Abstrak	xiv
Bab I pendahuluan	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	5
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	6
Bab II Landasan Teori	7
2.1 Pemasaran.....	7
2.1.1 Pengertian pemasaran.....	7
2.1.2 Konsep pemasaran.....	8
2.1.3 Bauran pemasaran	8

2.2	Kualitas produk	9
2.2.1	Pengertian kualitas produk	9
2.2.2	Indikator kualitas produk.....	10
2.3	Kesesuaian harga	11
2.3.1	Pengertian harga	11
2.3.2	Indikator harga	12
2.4	Intensitas promosi.....	13
2.4.1	Pengertian promosi.....	13
2.4.2	Indikator promosi	14
2.5	Keputusan pembelian	15
2.5.1	Pengertian keputusan pembelian	15
2.5.2	Proses keputusan pembelian.....	15
2.5.3	Indikator keputusan pembelian	17
2.6	Penelitian terdahulu	18
2.7	Kerangka pemikiran.....	20
2.8	Hipotesis	21
Bab III	metode penelitian	22
3.1	Jenis dan pendekatan penelitian	22
3.2	Lokasi penelitian	22
3.3	Populasi dan sampel	22
3.3.1	populasi	22
3.3.2	sampel	23

3.4 Jenis dan sumber data	24
3.5 Defenisi operasional variabel dan skala pengukuran variabel.....	25
3.5.1 Defenisi operasional variabel	25
3.5.2 Skala pengkuran variabel	26
3.6 Metode analisis data	27
3.6.1 Uji instrumen.....	27
3.6.2 Analisis regresi linear berganda	29
3.6.3 Uji hipotesis.....	30
3.6.4 Uji koefisien determinasi (R ²)	31
Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	32
4.1 Gambaran umum objek penelitian.....	32
4.1.1 Sejarah singkat PT. Cheetham Garam Indonesia	32
4.1.2 Produk yang di hasilkan PT. Cheetham Garam Indonesia.....	33
4.1.3 Perlengkapan kerja <i>marketing</i> PT. Cheetham Garam Indonesia.....	33
4.1.4 Visi misi	33
4.1.5 Nilai-nilai.....	34
4.2 Deskripsi responden	34
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan usia	35
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	36
4.3 Uji insrtumen	37
4.3.1 Uji validitas	37
4.3.2 Uji reliabilitas	39
4.4 Hasil pengujian	40
4.4.1 Hasil uji regresi linear berganda.....	40
4.5 Hasil pengujian hipotesis	41
4.5.1 Uji t.....	41
4.5.2 Uji F.....	43

4.5.3 Uji koefisien determinasi.....	45
4.6 Pembahasan	46
4.6.1 Variabel kualitas produk	46
4.6.2 Variabel kesesuaian harga	47
4.6.3 Variabel intensitas promosi.....	48
Bab V kesimpulan dan saran	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	51

Daftar pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1.1 Produk Garam Krista.....	3
2.1 Penelitian Terdahulu	18
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
4.3.1 Uji Validitas	38
4.3.2 Uji Reliabilitas	39
4.4.1 Hasil Regresi Linear Berganda	40
4.5.1 Hasil Pengujian Hipotesis (t)	42
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan (F)	44
4.5.3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 Tahap model proses keputusan pembelian.....	16
2.2 Kerangka pemikiran	20
4.2.1 Diagram lingkaran berdasarkan usia.....	35
4.2.2 Diagram Lingkaran Berdasarkan pekerjaan.....	37

ABSTRAK

ASWILBRODUS LAMUNG Nim : 2015411403 “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga Dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Garam Krista Pada PT. Cheetham Garam Indonesia Di Kabupaten Nagekeo”. Skripsi : Ende: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores. 2020. Pembimbing I Lambertus Langga. SE.M.Sc, Pembimbing II Gabriel Tanusi, SE., M.Si. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Flores.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga Dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Garam Krista Pada PT. Cheetham Garam Indonesia Di Kabupaten Nagekeo. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Sampel sebanyak 100 orang yang diperoleh menggunakan *teknik accidental sampling*.

Dari hasil pengembangan dan pengujian instrumen telah dihasilkan perangkat kuesioner yang baik (memenuhi syarat validitas, reliabilitas). Dari hasil pengujian statistik t untuk variabel kualitas produk, memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ nilai signifikansinya $>0,05$ sedangkan variabel kesesuaian harga dan intensitas promosi memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai signifikansinya $<0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kesesuaian harga dan intensitas promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian garam krista. Pada hasil uji F dengan nilai $F_{hitung} = 19,999 > F_{tabel} = 2,47$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kesesuaian harga dan intensitas promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian garam krista pada PT. Cheetham garam Indonesia. Untuk nilai *R square* sebesar 0,365%, menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, kesesuaian harga dan intensitas promosi sebesar 0,365% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 0,635% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Kesesuaian Harga Dan Intensitas Promosi

ABSTRACT

ASWILBRODUS LAMUNG Nim : 2015411403 “*Analysis of the Effect of Product Quality, Price Appropriateness and Promotion Intensity on the Purchase Decision of Crystal Salt at PT. Cheetham Garam Indonesia in Nagekeo Regency*”. Thesis : Ende: Management Study Program, Faculty of Economics, University of Flores. 2020. Supervisor I Lambertus Langga. SE.M.Sc, Advisor II Gabriel Tanusi, SE., M.Sc. Management Studies Program. Faculty of Economics. Flores University.

This study aims to analyze the effect of product quality, price suitability and promotion intensity on the decision to purchase salt Krista at PT. Cheetham Garam Indonesia in Nagekeo Regency. The type of research used is causality research with a quantitative approach. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. A sample of 100 people was obtained using accidental sampling technique.

From the results of developing and testing the instrument, a good questionnaire has been produced (qualifies for validity, reliability). From the results of statistical testing t for the product quality variable, it has a value of $t_{(count)} < t_{(table)}$ its significance value > 0.05 while the price suitability variable and promotion intensity have a value of $t_{(count)} > t_{(table)}$ its significance value $< 0, 05$. This shows that the product quality variable has no effect on purchasing decisions, while the price suitability variable and promotion intensity have a significant effect on crystal salt purchasing decisions. On the results of the F test with a value of $F_{(count)} = 19.999 > F_{table} = 2.47$ and a significance value < 0.05 . This shows that the variables of product quality, price suitability and promotion intensity simultaneously have a significant effect on the decision to purchase crystal salt at PT. Cheetham Indonesian salt. For the R square value of 0.365%, it shows that the influence of product quality, price suitability and promotion intensity is 0.365% on purchasing decisions, while the remaining 0.635% is influenced by other factors not explained in this study.

Keywords: *Purchase Decision, Product Quality, Price Match and Promotion Intensity*