

**ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KEUNIKAN PRODUK DAN
DISTRIBUSI COKLAT MONGGO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLEH MASYARAKAT YOGYAKARTA**

*ANALYSIS OF PERCEPTIONS OF PRICE, PROMOTIONS, PRODUCT
UNIQUENESS AND DISTRIBUTIONS OF COKLAT MONGGO ON PURCHASING
DECISIONS BY THE PEOPLE OF YOGYAKARTA*

SKRIPSI



Disusun oleh :

HENRI KURNIAWAN

20150410200

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

**ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KEUNIKAN PRODUK DAN
DISTRIBUSI COKLAT MONGGO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLEH MASYARAKAT YOGYAKARTA**

*ANALYSIS OF PERCEPTIONS OF PRICE, PROMOTIONS, PRODUCT
UNIQUENESS AND DISTRIBUTIONS OF COKLAT MONGGO ON PURCHASING
DECISIONS BY THE PEOPLE OF YOGYAKARTA*

SKRIPSI



Disusun oleh :

HENRI KURNIAWAN

20150410200

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

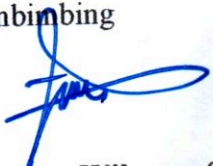
SKRIPSI

**ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KEUNIKAN PRODUK DAN
DISTRIBUSI COKLAT MONGGO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLEH MASYARAKAT YOGYAKARTA**

*ANALYSIS OF PERCEPTIONS OF PRICE, PROMOTIONS, PRODUCT
UNIQUENESS AND DISTRIBUTIONS OF COKLAT MONGGO ON PURCHASING
DECISIONS BY THE PEOPLE OF YOGYAKARTA*



Telah Disetujui Oleh
Pembimbing


Sutrisno Wibowo, SE., MM.
NIK 19690801199303 143 030

Tanggal 7 Maret 2019

SKRIPSI

ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KEUNIKAN PRODUK DAN DISTRIBUSI COKLAT MONGGO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH MASYARAKAT YOGYAKARTA

ANALYSIS OF PERCEPTIONS OF PRICE, PROMOTIONS, PRODUCT UNIQUENESS AND DISTRIBUTIONS OF COKLAT MONGGO ON PURCHASING DECISIONS BY THE PEOPLE OF YOGYAKARTA

Diajukan Oleh

Henri Kurniawan

20150410200

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 16 Maret 2019

Yang terdiri dari

Ketua Tim Penguji

(Siti Dyah Handayani, Dr., MM)

NIK. 19680531 199202 143 012

Anggota Tim Penguji

Anggota Tim Penguji

(Misbahul Anwar, SE., M.Si)

NIK. 19670916199202 143 014

(Sutrisno Wibowo, SE., MM)

NIK. 19690801199303 1430 030

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA.

NIK. 197312181999143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Henri Kurniawan

NIM : 20150410200

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KEUNIKAN PRODUK DAN DISTRIBUSI COKLAT MONGGO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH MASYARAKAT YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat tertulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut untuk dibatalkan.



Henri Kurniawan

MOTTO

Hiduplah seakan kamu akan mati besok. Belajarlah seakan kamu akan hidup selamanya

-Mahatma Gandhi-

Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejarnya

-Walt Disney-

Seseorang bisa duduk di tempat teduh sekarang, karena seseorang telah menanam pohon sejak lama

-Warren Buffet-

“Barang siapa menelusuri jalan untuk mencari ilmu padanya, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.” (HR. *Muslim*).

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya kepada saya beserta keluarga dan saudara sekalian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai waktu yang sudah ditentukan.

Karya tulis ini kupersembahkan untuk kedua orang tua saya Bapak Subari dan Ibu Neni Prehatmi yang telah melahirkan, membesarkan, serta mendidik saya sampai saat ini. Terima kasih untuk segala doa, dukungan serta semangat yang telah kalian curahkan sehingga saya bisa sampai di titik ini. Serta terima kasih kepada adikku tersayang Eva Wahyu Alfiani yang selalu memberi doa serta semangat kepada kakak mu ini. Tak lupa terima kasih kepada teman terdekat saya dan sahabatku semua yang selama ini sudah banyak membantu menyelesaikan karya tulis ini.

Untuk yang terakhir dalam persembahan ini harapan saya semoga apa yang menjadi doa dan cita-cita saya selama ini dapat tercapai serta ilmu yang saya dapat selama ini dapat bermanfaat bagi orang-orang disekitar saya.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antar variabel persepsi harga, promosi, keunikan produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian. Serta untuk menganalisis pengaruh variabel persepsi harga, promosi, keunikan produk dan distribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Subjek penelitian ini adalah Studi Pada konsumen Coklat Monggo di Yogyakarta yang pernah membeli Coklat Monggo selama kurun waktu minimal 2 bulan terakhir, berusia 17 tahun ke atas dan berdomisili di Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 145 responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS 21.0 for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga, promosi, keunikan produk dan distribusi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, keunikan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : Persepsi Harga, Promosi, Keunikan Produk, Distribusi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of variables on price perception, promotion, product uniqueness and distribution on purchasing decisions. And to analyze the influence of price perception variables, promotions, product uniqueness and simultaneous distribution of purchasing decisions.

The subject of this study was the Study on consumers of Coklat Monggo in Yogyakarta who had bought Coklat Monggo for a period of at least the last 2 months, aged 17 years and above and residing in Yogyakarta. The sample in this study amounted to 145 respondents determined by purposive sampling technique. The analytical tool used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 21.0 software for Windows.

The results of this study indicate that the perception of price, promotion, product uniqueness and distribution simultaneously have a significant positive effect on purchasing decisions, price perception has a significant positive effect on purchasing decisions, promotion has a significant effect on purchasing decisions, product uniqueness has a significant positive effect on influential purchasing and distribution decisions significant positive for purchasing decisions.

Keywords: Price Perception, Promotion, Product Uniqueness, Distribution, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur atas berkat rahmat, hidayah, serta karunia dari Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Persepsi Harga, Promosi, Keunikan Produk Dan Distribusi Coklat Monggo Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Masyarakat Yogyakarta”** guna memenuhi salah satu syarat untuk menempuh gelar sarjana (S1) Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati, Dra. M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan serta nasehat selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang Insya Allah akan bermanfaat hingga nanti.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahn ilmu kepada para pembaca. Semoga Allah SWT selalu memberikan ridho-Nya kepada kita semua, amin.

Yogyakarta, _____ 2019

Henri Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
KAJIAN TEORI	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Hasil Penelitian Terdahulu	15
C. Penurunan Hipotesis	21
D. Model Penelitian	25
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
A. Subjek dan Objek Penelitian	27
B. Jenis Data	27
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	28

D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
F. Uji Kualitas Instrumen	33
G. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	34
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran umum Objek/Subjek Penelitian.....	37
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	40
C. Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	43
D. Pembahasan.....	48
BAB V.....	53
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	53
A. Simpulan.....	53
B. Keterbatasan Penelitian	54
C. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Produksi Kakao Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	1
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Skala Likert	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	40
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas dari Item-Item Variabel Penelitian.....	41
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas dari Item-Item Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	25
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	37
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	71
Lampiran 4 Uji Kualitas Instrumen	73
Lampiran 5 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	79
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	93