

**MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI
STRATEGI PROMOSI DAN PENETAPAN HARGA PADA UD. AZAFOOD
WLINGI BLITAR**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Disusun Oleh:

Nama : **Rochmawati Sutaningsih**
Nim : 12211022
Dosen Pembimbing : Sandi Eka Suprajang SE.,MM.

JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA
BLITAR
2016

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari

Nama	: Rochmawati Sutaningsih
N I M	: 12211022
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen

Judul Skripsi :

**Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Strategi Promosi dan
Penetapan Harga Pada UD. Azafood Wlingi Blitar**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 18 September 2015 sampai dengan 29 Maret 2016 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut di atas.

Blitar, 2 Mei 2016

Pembimbing,



Sandi Eka Suprajang, SE.,MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rochmawati Sutaningsih
N I M : 12211022
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

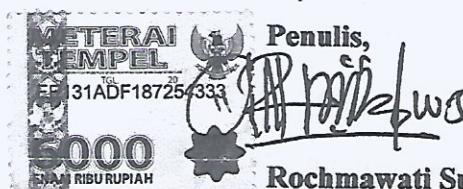
Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Strategi Promosi dan Penetapan Harga Pada UD. Azafood Wlingi Blitar

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

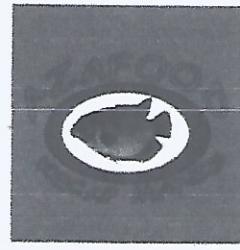
Apabila di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 29 April 2016



Rochmawati Sutaningsih



**PERUSAHAAN KECAP UD. AZAFOOD
WLINGI BLITAR**

SIUP/AKTE : Nomor Ijin DEP.KES RI.NO.SP 200/13.23/99
Alamat: Lingkungan Klemunan Rt/Rw : 01/01 Kelurahan
Klemunan kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar

SURAT KETERANGAN

No. 026/B.III/V/UD.AF/2016

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Samsul Huda

Jabatan : Pemilik Perusahaan

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rochmawati Sutaningsih

Jurusan : Manajemen

Nim : 12211022

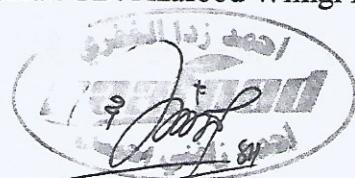
Universitas : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara – Blitar

Telah melakukan penelitian di lingkungan kerja UD. Azafood Wlingi Blitar untuk menyelesaikan penelitian dengan judul “ Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Strategi Promosi dan Penetapan Harga Pada UD. Azafood Wlingi Blitar ”. Mulai tanggal 3 Maret s/d 18 April 2016.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Blitar, 3 Mei 2016

Pimpinan UD. Azafood Wlingi Blitar



(M. Samsul Huda)

LEMBAR PENGESETAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

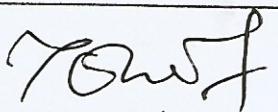
MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI STRATEGI PROMOSI DAN PENETAPAN HARGA PADA UD. AZAFOOD WLINGI BLITAR

Yang disusun oleh :

N a m a : Rochmawati Sutaningsih
NIM : 12211022
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada tanggal 27 Juni 2016

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

No	Nama	Kedudukan	Tanda Tangan
1	Iwan Setya Putra, SE.,AK.,MM.,CA	Penguji I	
2	Sandi Eka Suprajang, SE.,MM	Penguji II	
3	Siti Sunrowiyati, SE.,MM	Penguji III	

Mengetahui,

Pembimbing



(Sandi Eka Suprajang, SE.,MM)



Program Studi Manajemen

(Sandi Eka Suprajang, SE.,MM)

ABSTRAKSI

MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI STRATEGI PROMOSI DAN PENETAPAN HARGA PADA UD. AZAFOOD WLINGI BLITAR

RochmawatiSutaningsih–12211022

Kata Kunci : strategi promosi, penetapan harga, keputusan pembelian

Permasalahan yang ada pada UD. Azafood Wlingi adalah turunnya keputusan pembelian produk kecap gurami. Hal ini mengharuskan perusahaan UD. Azafood untuk meningkatkan strategi promosi dan penetapan harga, agar perusahaan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang tepat dan penetapan harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Analisis yang digunakan dalam memecahkan masalah penelitian ini adalah dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas dan regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pengaruh variable strategi promosi (X1) dan penetapan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 46%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa strategi promosi dan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kecap gurami. Hasil uji hipotesis diketahui bahwa strategi promosi dan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kecap gurami. Hal ini dibuktikan nilai dari F hitung ($0,46$) > F tabel ($3,20$). Perusahaan perlu menambah kegiatan promosi seperti melakukan iklan melalui media elektronik, media cetak. Dalam penentuan harga jual perusahaan harus menyesuaikan dengan kondisi social ekonomi konsumen agar membantu perusahaan untuk membangun kesetiaan dalam meukan keputusan pembelian kecap.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT dan karena izin serta Ridho-Nya peneliti dapat menyelesikan penelitian ini yang berjudul: “Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Strategi Promosi dan Penetapan Harga Pada UD. Azafood Wlingi Blitar” yang penulis susun guna melengkapi sebagian syarat dalam penyelesaian Program Studi Strata 1 Pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak lepas dari peran serta dari pihak-pihak yang telah membantu penulis dengan memberikan bimbingan, arahan dan dukungan baik secara moral maupun materiil kepada penulis hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini, untuk itu tak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Iwan Setya Putra, SE.,AK.,MM.,CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Sandi Eka Suprajang SE.,MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
3. Bapak serta Ibu Dosen yang telah membekali ilmu selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
4. Bapak H. Samsul Huda selaku Pimpinan Perusahaan Kecap UD. Azafood Wlingi Blitar, atas berkenan memberikan tempat penelitian kepada penulis.
5. Seluruh karyawan Perusahaan Kecap UD. Azafood Wlingi Blitar yang telah banyak membantu penulis selama melakukan penelitian.

6. Kedua Orang Tua tercinta, Bapak Siswantoro dan Ibunda Titik Juariyah atas segenap doa restu, serta memberikan semangat, cinta dan kasih sayangnya kepada penulis yang tiada ada taranya.
7. Semua Saudara, Teman-Teman Manajemen dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan tempat untuk berbagi semangat serta duka maupun suka sehingga terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis.Untuk itu penulis membuka diri untuk menerima kritik dan saran yang membangun.Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, sebagai tambahan pengetahuan.Terima kasih.

Blitar, 29 April 2016

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Keaslian	iii
Halaman Pengesahan	iv
Abstraksi	v
Kata pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Teori Penelitian	10
1. Pemasaran	10
2. Strategi Pemasaran	11
3. Promosi	15
4. Strategi Promosi	18
5. Harga	21
6. Penetapan Harga	22
7. Keputusan Pembelian	25
C. Hubungan Antar Variabel	34

BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Definisi Operasional Variabel	33
B.	Populasi Penelitian dan Sampel	34
C.	Jenis Penelitian	36
D.	Teknik Pengumpulan Data	36
E.	Teknik Analisa Data	36
F.	Waktu dan Tempat Penelitian	38
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A.	Data Perusahaan	39
B.	Hasil Analisis Data	54
C.	Analisis Pembahasan	75
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan	80
B.	Saran	82
	Daftar Pustaka	83
	Lampiran	84

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	:	Data Jumlah Karyawan	48
Tabel 4.2	:	Data Pendidikan Karyawan	48
Tabel 4.3	:	Data Harga Jual Kecap	52
Tabel 4.4	:	Data Harga Bahan baku	53
Tabel 4.5	:	Data Standar Penggunaan Bahan Baku	53
Tabel 4.6	:	Data Persediaan Bahan Baku	53
Tabel 4.7	:	Data Penjualan Kecap	54
Tabel 4.8	:	Data Usia Responden.....	54
Tabel 4.9	:	Data Jenis Kelamin Responden.....	55
Tabel 4.10	:	Data Pekerjaan Responden.....	55
Tabel 4.11	:	Skor Responden Terhadap Variabel Strategi Promosi	56
Tabel 4.12	:	Skor Responden Terhadap Variabel Penetapan Harga	57
Tabel 4.13	:	Skor Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Konsumen	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi UD. Azafood Wlingi	42
Gambar 4.2 : Proses Produksi Kecap Gurami	47