



**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN DALAM KEMASAN MEREK MINUTE MAID
PULPY DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

DITA MAHARUKMI

NIM 080810201086

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN DALAM KEMASAN MEREK MINUTE MAID
PULPY DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :
Dita Maharukmi
NIM 080810201086

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN DALAM KEMASAN MEREK MINUTE MAID
PULPY DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**Dita Maharukmi
NIM 080810201086**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : DITA MAHARUKMI
NIM : 080810201086
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Dalam Kemasan Merek Minute Maid Pulpy di Kota Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan maka saya bersedia mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Juni 2012

Yang menyatakan,

Dita Maharukmi
NIM 080810201086

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL : PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN DALAM
KEMASAN MEREK MINUTE MAID PULPY DI KOTA
JEMBER

NAMA : DITA MAHARUKMI

NIM : 080810201086

JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Abdul Halim, M.Si

NIP.19501221 197801 1 001

Drs.Ketut Indraningrat, M.Si

NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

PENGESAHAN

Judul Skripsi

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN DALAM KEMASAN MEREK MINUTE MAID PULPY DI KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Dita Maharukmi
NIM : 080810201086
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

21 Juni 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

1. Ketua : Drs. Ahmad Ichwan (.....)
NIP.19480501 197131 001
2. Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si (.....)
NIP. 19610710 198902 1 002
3. Anggota Drs. H. Abdul Halim, M.Si (.....)
NIP.19501221 197801 1 001

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

PERSEMBAHAN

Karya ini merupakan sebagian dari rangkaian proses yang masih panjang. Atas berkah dan rahmat Allah SWT, serta doa dari orang-orang yang tersayang karya ini dapat terselesaikan.

Dengan rasa syukur dan tulus hati kupersembahkan karya ini kepada :

1. Untuk kedua orang tuaku tercinta, almarhum ayahanda Muhammad Ilyas dan Ibunda Suprapti yang telah memberikan kasih sayang, petunjuk, serta doa yang tiada henti dengan tulus dan ikhlas.
2. Untuk kakakku dan adikku Diah Puspitasari dan M. Ali Akbar serta keponakan- keponakanku yang selalu membawa keceriaan dalam hidupku.
3. Untuk kakak-kakakku yang selalu memberikan Motivasinya padaku.
4. Untuk kekasihku yang selama ini memberikan kasih sayang dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk sahabat-sahabatku tercinta Mbambonk Comunity yaitu Riano Saputra, Doni Iswahyudi, Nurul Badri, Bayu Wisnu, Bambang, Putri Ayu Amelia, Dita andriani, Bahtiar Ramadhan, Forasti Yuniar, Vinda Firdinasari, Natalia Anindya dan Fenani Marta kalian adalah keluarga keduaku di Jember yang membawa kebahagiaan dalam hidupku serta Wahyu Izzi Nuril Ilma yang selalu setia menjadi temanku disaat senang maupun sedih.
6. Untuk semua teman-temanku Manajemen 2008 Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan masih banyak lagi yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih semuanya.

Motto

“Dan berbakti kepada ibuku, dan dia tidak akan menjadikan aku seorang yang
sombong lagi celaka”

(Maryam: 32)

“Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan
kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu
dengan kesiapan”.

(Thomas A. Edison)

Jalani hidup ini dengan penuh kesabaran, keikhlasan dan semangat

(Dita Maharukmi)



SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN DALAM KEMASAN MEREK MINUTE MAID
PULPY DI KOTA JEMBER**

Oleh :

Dita Maharukmi

NIM 080810201086

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama

: Drs. H. Abdul Halim, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota

: Drs. Ketut Indraningrat, M.Si

ABSTRAKS

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Dalam Kemasan Merek Minute Maid Pulpy di Jember”. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah tahu bauran promosi dan pernah membeli minuman Minute Maid Pulpy” di kota Jember. Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Jumlah sampel yang diambil adalah 90 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Adapun variabel bauran promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman merek Minute Maid Pulpy adalah *advertising, personal selling, sales promotion, publicity, internet and direct marketing*. Berdasarkan analisis data secara parsial yaitu *advertising* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,126, *personal selling* tidak mempengaruhi keputusan pembelian karena bernilai negatif sebesar -0,150, *sales promotion* tidak mempengaruhi keputusan pembelian karena bernilai negatif sebesar sebesar 0,247, *publicity* tidak mempengaruhi keputusan pembelian karena bernilai negatif sebesar sebesar -0,102 , *internet and direct marketing* tidak mempengaruhi keputusan pembelian karena bernilai negatif sebesar sebesar -0,072 dan secara simultan pengaruh variabel promosi mempengaruhi hanya sebesar 11,3% Sedangkan sisanya sebesar 88,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini serta variabel bauran promosi yang paling dominan adalah *advertising*. Berdasarkan analisis diatas maka perusahaan dapat meningkatkan strategi bauran promosi agar meningkatkan penjualan minuman Minute Maid Pulpy.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Keputusan Pembelian, analisis Regresi berganda

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan berkah, rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Dalam Kemasan Merek Minute Maid Pulpy di Jember”**.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan, nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Isti Fadah, SE, M.S. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. H. Abdul Halim, M.si. Selaku Dosen Pembimbing I yang dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Ketut IndraNingrat, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, kritik, motivasi, dan arahnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/ Ibu Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk menguji.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama ini.
7. Ibu Dra. Susanti Prasetyaningtyas M.Si. selaku Dosen Wali serta Dosen Jurusan Manajemen yang telah membantu memberi pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
8. Pihak PT. Coca-Cola *Bottling* Indonesia yang telah bersedia untuk dijadikan objek penelitian.
9. Kedua orang tuaku, Almarhum ayahanda Muhammad Ilyas dan Ibunda Suprapti serta kakaku Diah Puspitasari dan adikku M. Ali Akbar, terima

kasih atas kasih sayang, nasehat, motivasi, doa, dan materi yang selalu kalian berikan untukku selama ini.

10. Seluruh sahabat dan teman-teman yang telah menemaniku senang ataupun susah dan khususnya teman-temanku di kampus tercinta Universitas Jember Fakultas Ekonomi Manajemen 2008.

Semoga Allah SWT selalu memberikan hidayah dan rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PENYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBING	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	10
2.2 Promosi	11
2.2.1 Pengertian Promosi.....	11
2.3 Keputusan Pembelian	19
2.3.1 Pengertian Perilaku Pembelian Konsumen.....	19

2.3.2	Faktor Yang Memengaruhi Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.3.3	Pengertian keputusan Pembelian.....	23
2.4	Pengaruh Bauran Promosi terhadap keputusan Pembelian	26
2.5	Tujuan Penelitian Sebelumnya.....	26
2.6	Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....	29
2.6.1	Kerangka Konseptual.....	29
2.6.2	hipotesis.....	30
III.	METODE PENELITIAN	31
3.1	Rancangan Penelitian	31
3.2	Jenis dan Sumber Data	31
3.3	Populasi dan Sampel	32
3.4	Metode Pengumpulan data	33
3.5	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel	34
3.5.1	Identifikasi Variabel	34
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.6	Skala Pengukuran	36
3.7	Pengujian Instrumen	37
3.7.1	Uji Validitas	37
3.7.2	Uji Realibilitas	37
3.8	Metode Analisis Data	38
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.8.2	Pengujian Asumsi Klasik	38
3.8.3	Pengujian Hipotesis.....	40
3.9	Alur Pemecahan Masalah	45
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Gambaean wilayah Kabupaten jember.....	47
4.1.2	Gambaran Umum Objek penelitian.....	49
4.1.2.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	49
4.1.2.2	Sejarah Coca-Cola di Indonesia	51
4.1.2.3	Inovasi PT. Coca-cola Botling	54
4.1.2.4	Profil produk.....	56

4.1.3	Kareteristik responden.....	57
4.1.3.1	Karekteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.1.3.2	Karekteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	58
4.1.4	Uji Instrumen.....	58
4.1.4.1	Uji Validitas	58
4.1.4.2	Uji Reliabilitas.....	59
4.1.5	Analisis data	60
4.1.5.1	Analisis Linear Regresi berganda.....	60
4.1.5.2	Uji Asumsi Klasik	67
4.1.6	Uji Hipotesis.....	65
4.2	Pembahasan	68
5	KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran	74
	DAFTAR PUSTAKA	79
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang	28
3.1 Kriteria nilai VIF tentang terjadi tidaknya Multikolinearitas	39
4.1 Daftar pabrik Coca-Cola yang telah berdiri di Indonesia	54
4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	57
4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	58
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel.....	59
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	63
4.6 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda.....	60
4.7 <i>Collinearity Statistic</i>	64
4.8 Uji F.....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Alat Utama Promosi Konsumen	13
2.2 Kerangka Kerangka Konseptual	29
3,1 Uji Autokorelasi.....	40
3.2 Alur Pemecahan Masalah	45
4.1 Strukur Organisasi PT. Coca-Cola Bottling Indonesia	55
4.2 Uji Normalitas.....	68
4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.4 Uji Autokorelasi.....	65
4.5 Analisis Variabel Bebas (X) terhadap Variabel Terikat (Y).....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Rekapitulasi Data penelitian

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5 : Frequency Percent Distribusi

Lampiran 6 : Regresi Linear berganda

Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik dan Uji Normalitas