

ABSTRAK

Judul penelitian : Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Pembelian Detergen Attack CV Borobudur Prima Sejahtera Kediri

Dosen Pembimbing Skripsi I : Dr, Nur Hidayati, S.E., M,M,M
CSRS., CSRA

Dosen Pembimbing Skripsi II : Nurali Agus Najibul Zamzam,
S.Sos., M.M

Nama Mahasiswa : Ellika Devi Arkana

NPM : 20130210053

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Pembelian Detergen Attack CV Borobudur Prima Sejahtera Kediri yakni sebanyak 500 Outlet atau toko yang dicover oleh CV Borobudur Prima Sejahtera Kota Kediri dimana diperoleh sebanyak 84 responden dengan menggunakan rumus slovin, instrument penelitian untuk mengumpulkan data menggunakan kuesioner dan wawancara, Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling atau tidak memberikan peluang sama bagi anggota populasi yang dipilih menjadi sampel, sedangkan data penelitian dianalisis dengan SPSS versi 25. Teknik analisa yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis linear berganda menunjukkan bahwa Price Discount dan Bonus Pack berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $7,473 > 3,11$ dengan Sig. $0,001 < 0,05$. Hasil uji t menunjukkan bahwa Price

Discount berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan pembelian yaitu $3,157 > 1,989$ dengan Sig, $0,002 < 0,05$ dan Bonus Pack berpengaruh secara parsial namun tidak signifikan yaitu $2,070 > 1,989$ dengan Sig. $0,42 > 0,05$.

Kata Kunci: Price Discount, Bonus Pack, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Skripsi.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9

2.2	Tinjauan Dan Kajian Pustaka.....	15
2.2.1	Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.2.2	<i>Price Discount</i>	15
2.2.3	<i>Bonus Pack</i>	19
2.2.4	Keputusan Pembelian	21
2.3	Teori Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1	Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.2	Pengaruh <i>Bonus Pack</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.4	Kerangka Teoritik.....	24
2.5	Hipotesis	25
2.5.1	<i>Price Discount</i> berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	25
2.5.2	<i>Bonus Pack</i> berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.....	25
2.5.3	<i>Price Discount</i> dan <i>Bonus Pack</i> berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	27
3.2	Jenis Penelitian.....	27
3.3	Lokasi Penelitian.....	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	28

3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sampel.....	28
3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.6	Penentuan Jumlah Sampel.....	29
3.7	Data dan Teknik pengumpulan.....	29
3.7.1	Sumber Data.....	30
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.8	Identifikasi Variabel.....	31
3.9	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.10	Teknik Analisis Data.....	34
3.10.1	Uji Instrumen.....	34
3.10.2	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.10.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.10.4	Uji Hipotesis.....	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
4.1.2	Tujuan Perusahaan Visi dan Misi.....	40
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	41
4.2.1	Gambaran Umum Responden.....	41
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	44

4.3	Pembahasan Hasil Analisi Data	50
4.3.1	Hasil Uji Validitas	50
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	52
4.3.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	53
4.3.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	57
4.3.5	Uji Hipotesis	58
4.4	Interpretasi Hasil Penelitian	61
4.4.1	Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap Keputusan Pembelian	61
4.4.2	Pengaruh Bonus Pack terhadap Keputusan pembelian.....	62
4.4.3	Pengaruh <i>Price Discount</i> dan Bonus Pack terhadap Keputusan pembelian	62
BAB V PENUTUP		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		66