

PENGARUH HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi kasus pada warung Mas Udin di Kefamenanu)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat satu untuk memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Timor



OLEH

RINCE LEBRINA APUS

NPM : 41170001

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TIMOR

KEFAMENANU

2022

PERNYATAAN

ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam skripsi dengan judul: **"PENGARUH HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN"**

(Studi Kasus Pada warung Mas Udin di Kefamemanu)", tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naska skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia ini di gugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SE) dibatalkan, serta dip roses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 27)

Kefamenanu, Februari 2022

Mahasiswa



Npm : 41170001

Prodi : Manajemen

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH HARGA, KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Warung Mas Udin di Kefamenanu)

Diajukan Oleh :

RINCE LEBRINA APUS

41170001

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



IMELDA THEIN, SE., MM
NIP.19790321 200501 2 001



YESUS. A KORBAFO, S.FIL.
NIP. 0020038503

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



ELFRIDA D. NAIHATI, SE., MM
NIP.198805230540420

HALAMAN PENGESAHAN

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TIMOR**

**Skripsi Ini Telah Dipertahankan dalam Ujian Skripsi
yang dilaksanakan pada**

Hari	: Jumat
Tanggal	: 25 Februari 2022
Jam	: 14.30-16.00
Tempat	: FEB II
Saudari	: Rince Lebrina Apus
NPM	: 41170082
Dinyatakan LULUS dengan nilai	: B
Predikat Kelulusan	: Sangat Memuaskan

Tim Penguji :

Penguji I


BERNO B. MITANG, SE.,MM
NIP: 1970072620055011001

Penguji II


IMELDA THEIN,SE.,MM
NIP:197903212005012001

Penguji III


YESUS A. KORBAFFO,S.Fil., MM
NIP.00260385503

Mengetahui

Dekan/Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



DR. KAMILAUS K. OKI, SE.,ME
NIP: 19690925 200501 1 001

MOTTO

‘BAHAGIA ADALAH SEBUAH PILIHAN’

PERSEMBAHAN

1. Puji dan syukur untuk Allahku yang tak henti-henti memberikan petunjuk dan memberikan kelancaran atas terselesaikannya skripsi saya
2. Terimakasih untuk ayah dan ibu saya atas segala doa, dukungan, arahan dan nasehat-nasehatnya
3. Ucapan terimakasih untuk bapak-ibu Dosen seFakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor, terutama bapak-ibu pembimbing saya yang selalu membimbing saya sampai saat ini
4. Terimakasih untuk adik, kaka, saudara, yang ada di kost Johar yang selalu ada disaat saya membutuhkan dan setia menemani saya sampai saat ini
5. Terimakasih teman hidup (HT) masih bertahan menemani saya sampai saat ini
6. Terimakasih Almamater Tercinta Ku Universitas Timor

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan kripsi penelitian dengan judul **”PENGARUH HARGA, KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada warung Mas Udin diKefamenanu)”**dengan baik.

Dalam penulisan skripsi penelitian ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Imelda Thein,SE,MM.,selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing penulis dengan baik dalam penyusunan Skripsi penelitian ini.
2. Bapak Yesus A, Korbafo,S.Fil.,MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan baik dalam penyusunan skripsi penelitian ini.
3. Ibu Elfrida D.Naihati,SE.,MM,selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan izin kepada penuis untuk menyelesaikan skripsi ini
4. Bapak Dr. Kamilaus K. Oki, SE.,ME selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang dengan caranya telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini.

5. Ibu Elfrida D.Naihati,SE.,MM,selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak / Ibu Dosen yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan.
7. Pemilik Warung mas Udin yang memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian pada tempat tersebut..

Penulis sadar bahwa skripsi ini mungkin masih memiliki kekurangan,oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan.

Kefamenanu,Februari2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1 Penegertian Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Tingkatan Pengambilan Keputusan	12
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.2 Harga	13
2.2.1 Pengertian Harga.....	13
2.2.2 Strategi Harga	14
2.2.3 Strategi Adaptasi Harga.....	15
2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	17

2.2.5	Indikator-Indikator Harga	17
2.3	Kepuasan Konsumen	18
2.3.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	18
2.3.2	Manfaat Kepuasan Konsumen	19
2.3.3	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	20
2.3.4	Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan Konsumen	22
2.4	Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	23
2.4.1	Pengaruh Harga (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	23
2.4.2	Pengaruh Kepuasan Konsumen(X_2) Terhadap Keputusan Pembelian(Y)	24
2.4.3	Pengaruh Harga (X_1), Kepuasan Konsumen (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	25
2.5	Kerangka Pikir	27
2.6	Definisi Konsep dan Pengukuran Variabel	29
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.1.1	Tempat.....	32
3.1.2	Waktu	32
3.2	Populasi dan Sampel	32
3.2.1	Populasi	32
3.2.2	Sampel	33
3.3	Analisis Data.....	33
3.3.1	Data.....	33
3.3.2	Sumber Data.....	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5	Instrument Penelitian.....	34

3.6 Uji asumsi asumsi klasik:	36
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Analisis Deskriptif	40
3.7.2 Analisis Inferensial	40
3.8 Teknik Pengujian Hipotesis	43
3.9 Koefisien Determinan (R^2)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	46
4.2 Karakteristik Responden.....	46
4.3 Hasil Uji Instrumen	51
4.3.1 Uji Validitas.....	51
4.3.2 Uji Reliabilitas	53
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasi	55
4.4.1 Uji Normalitas.....	55
4.4.2 Uji Multikolinieritas	57
4.4.3 Uji Autokorelasi	59
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas	60
4.4.5 Uji Linearitas	61
4.5 Hasil Analisis Data.....	63
4.5.1 Analisis Deskriptif	63
4.5.2 Hasil Analisis Inferensial	72
4.6 Koefisien Regresi	80
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis	80
4.7.1 Uji t	80
4.7.2 Uji F.....	82
4.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	84

4.9 Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Validitas Data.....	47
Tabel 4.5 Reliabilitas Data	48
Tabel 4.6 One Sample Kolmogrof-Smirnov	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	54
Tabel 4.9 Pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)	56
Tabel 4.10 Pengaruh kepuasan konsumen (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).....	57
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Harga	58
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	60
Tabel 4.13 Variabel Deskriptif Keputusan pembelian (Y)	61
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh (X1) terhadap (Y).....	63
Tabel 4.15 Regresi Linear sederhana pengaruh variabel kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian (Y)	66
Tabel 4.16 Regresi linear berganda pengaruh variabel harga (X1) dan kepuasan konsumen (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)	69
Tabel 4.17 Pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)	72
Tabel 4.18 Pengaruh kepuasan konsumen (X1) terhadap keputusan	

pembelian (Y).....	72
Tabel 4.19 Pengaruh harga (X1) dan kepuasan konsumen (X2) terhadap keputusan pembeli (Y).....	74

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Karakteristik Responden menurut jenis kelamin	42
Grafik 4.2 Karakteristik Responden menurut usia	43
Grafik 4.3 karakteristik Responden menurut pekerjaaa	44

ABSTRAKSI

Rince Lebrina Apus Npm 41170001: pengaruh Harga, Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Mas Udin, dibawah bimbingan Bapak Yesus.A Korbafo, S.FIL., MM selaku pembimbing 2 dan Ibu Imelda Thein, SE., MM selaku pembimbing I.

Adapun masalah yang melatar belakangi penelitian ini, Apakah harga (X_1), kepuasan konsumen (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada Warung Mas Udin?, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Warung Mas Udin . Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 60 responden, yang adalah responden yang membeli pada Warung Mas Udin. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan regresi linear berganda.

Hasil analisis regresi linear sederhana harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) berpengaruh signifikan sebesar 1,046 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai *R square* 0,666 yang berarti besarnya variabel keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel harga (X_1) adalah sebesar 66,6% sedangkan sisanya 33,4% dipengaruhi variabel lain diluar model penelitian ini. Kepuasan konsumen (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) berpengaruh signifikan sebesar 1,279 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai *R square* 0,431 yang berarti besarnya variabel keputusan pembelian (Y) di pengaruhi oleh variabel kepuasan konsumen (X_2) adalah sebesar 43,1% sedangkan sisanya sebesar 56,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hasil analisis regresi berganda harga (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) berpengaruh signifikan sebesar 0,825 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai *R square* 1,00 yang berarti besarnya variabel keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel harga (X_1) Dan kepuasan konsumen (X_2) adalah sebesar 68,0% sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Kepuasan konsumen dan Keputusan pembelian