



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ROKOK DJARUM SUPER
(STUDI KASUS DI KECAMATAN MEJOBLO)**

Diajukan oleh :

SLAMET WAHYUDI

NIM. 2011-11-138

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2015

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,HARGA,TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROKOK**

DJARUM SUPER

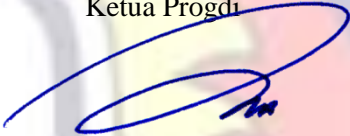
(STUDI KASUS DI KECAMATAN MEJOBLO)

Skripsi ini telah di setujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2015

Mengetahui

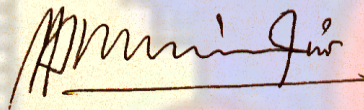
Ketua Progdi



Noor Azis,SE,MM

NIS.0610701000001179

Pembimbing I

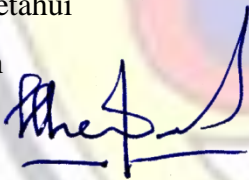


Dra.Hj.Panca Winahyuningsih,MM

NIS.060702010101022

Mengetahui

Dekan



Dr.H.Mochamad Edris, Drs, MM

NIS.0610702010101021

Pembimbing II



Dian Wismar'ain,SE,MM

NIS.061070100001177



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

- Sebaik-baiknya manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia lainnya(HR.Tirmidzi).
- Perhatikan apa yang dikatakan, jangan memperhatikan siapa yang mengatakan(atsar Riwayat Ibnu 'Asakir).
- Ilmu adalah gedung sedangkan kuncinya adalah bertanya (Ibnu Nu'aim).

Persembahan

1. Allah Swt yang selalu menjadi tempat mengeluh dan mengadu di dalam setiap do'aku.
2. Nabi Muhammad Saw yang selalu menjadi sauri tauladan bagiku.
3. Ibu dan bapak tercinta yang selalu memberikan do'a, motivasi, dan kasih sayang yang tiada tara.
4. Jumini , Karyadi,Juliati,Edy Haryono, Cindy melina Fetika Sari,Cahyab Adi Setiawan,M Nur Wahyu Hidayat dan Evita Tri Widyaningsih yang menjadi inspirasi ku.
5. Saudara kecil di FEMA yang saya sayangi.



ABSTARKSI / SUMMARY
UNIVERSITY MURIA HOLY
FACULTY OF ECONOMIC MANAGEMENT
STATUS ACCREDITED B
I DEGREE PROGRAM
2015

A. Name Authors: Slamet Wahyudi

B. Thesis Title: *THE INFLUENCE OF QUALITY PRODUCTS, PRICE, PLACE AND PROMOTION OF THE DECISION TO PURCHASE PRODUCTS SUPER CIGARETTE DJARUM (CASE STUDY IN DISTRICT MEJOB0).*

C. Jumlah Page: Beginning xiii, 92 contents, Tabei 18, Figure 2

D. Summary:

This study purpose to determine whether the quality of the product, price, place and promotion have on purchasing decisions pengaru Djarum tobacco products super. Populasi in this study is that smoking customers who buy products Djarum Super Djarum Super cigarettes products in District Mejobo with samples taken as many as 100 and the sampling by using accidental sampling method.

Based on the calculation results show that the t value of the variable quality of the product (X1) is greater than t table is (3.511 > 1.6611) and a significance level of less than 0.05 t (0.001 < 0.05), so there is positive and significantly between the variable quality of the product (X1) on purchase decisions (Y). Price (X2) positive and significant impact on purchase decisions (Y) is accepted because as t value of the variable price (X2) greater than t table (2.260 > 1.6611) and a significance level of less than 0.05 (0, 0036 < 0.05). Variabel place (X3) is greater than t table (2.029 > 1.6611) and a significance level of less than 0.05 (0.031 < 0.05) this shows that there is a positive and significant influence between a variable (X3) on purchase decisions (Y). Variabel promotion (X4) is greater than t table (2.958 > 1.6611) and a significance level of less than 0.05 (0.0034 < 0.05) this shows that there is a positive and significant influence antarav promotion variable (X4) on purchase decisions (Y). Besarnya F count larger than F table (7.792 > 2.47). That is together there is a positive and significant influence between the variable quality of the product (X1), price (X2), where (X3) and promotion (X4) on purchase decisions (Y).

$$Y = 0.423 X1 + 0.315 X2 + 0.099 + 0.187 X3 X4$$

Regression coefficient of variable quality of the product (X1), price (X2), where (X3) and promotion (X4) on purchase decisions (Y) appreciating positive, it shows that if there is a change in the increase in the variable quality of the product (X1), price (X2), where (X3) and promotion (X4), the purchase decision variable (Y) will increase or change in search. Tingkat significance of the quality of the product is smaller than the other variables, namely (0,001) and the regression coefficients greater than the other three variables, namely (3.551). This means showing that the first variable quality of the product (X1) the most dominant influence on consumer purchasing decisions on products Djarum Super in District Mejobo.

Keywords: quality of product, price, place, promotion and purchasing decisions ..

E. List used books: 12 (2000-2010)

ABSTARKSI/RINGKASAN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
PROGRAM STRATA I
TAHUN 2015

- A. Nama Penyusun : Slamet Wahyudi
B. Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROKOK DJARUM SUPER (STUDI KASUS DI KECAMATAN MEJOBBO).
C. Jumlah Halaman : Permulaan xiii, isi 92, Tabe 18, Gambar 2
D. Ringkasan:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, tempat dan promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk rokok Djarum super. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang merokok produk Djarum super yang membeli produk rokok Djarum super di Kecamatan Mejobo dengan sampel yang diambil sebanyak 100 orang dan pengambilan sampel dengan menggunakan metode *accidental sampling*.

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai t hitung dari variabel kualitas produk (X_1) lebih besar dari t tabel yaitu ($3,511 > 1,6611$) dan tingkat signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *kualitas* produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y). Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) diterima karena nilai t hitung dari variabel harga (X_2) lebih besar dari t tabel ($2,260 > 1,6611$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,0036 < 0,05$). Variabel tempat (X_3) lebih besar dari t tabel ($2,029 > 1,6611$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,031 < 0,05$) hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel tempat (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel promosi (X_4) lebih besar dari t tabel ($2,958 > 1,6611$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,0034 < 0,05$) hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antar variabel promosi (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y). Besarnya nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($7,792 > 2,47$). Artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3) dan promosi (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y).

$$Y = 0,423 X_1 + 0,315 X_2 + 0,099 X_3 + 0,187 X_4$$

Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3) dan promosi (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa apabila terdapat perubahan kenaikan variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3) dan promosi (X_4) maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan atau mengalami perubahan secara searah. Tingkat signifikansi kualitas produk lebih kecil dibandingkan variabel lainnya yaitu (0,001) dan koefisien regresi lebih besar dari ketiga variabel lainnya yaitu (3,551). Hal ini berarti menunjukkan bahwa variabel pertama kualitas produk (X_1) berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Djarum super di Kecamatan Mejobo.

Kata kunci : kualitas produk, harga, tempat, promosi dan keputusan pembelian..

E. Daftar buku yang digunakan : 12 (2000-2010)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **”Pengaruh *kualitas produk, harga, tempat dan promosi* terhadap keputusan pembelian produk rokok Djarum super(studi kasus di Kecamatan Mejobo)”**.Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi program strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Manajemn Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan pihak yang menjadi motivasi penulis menyelesaikan penelitian ini.Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini,kepada yang terhormat:

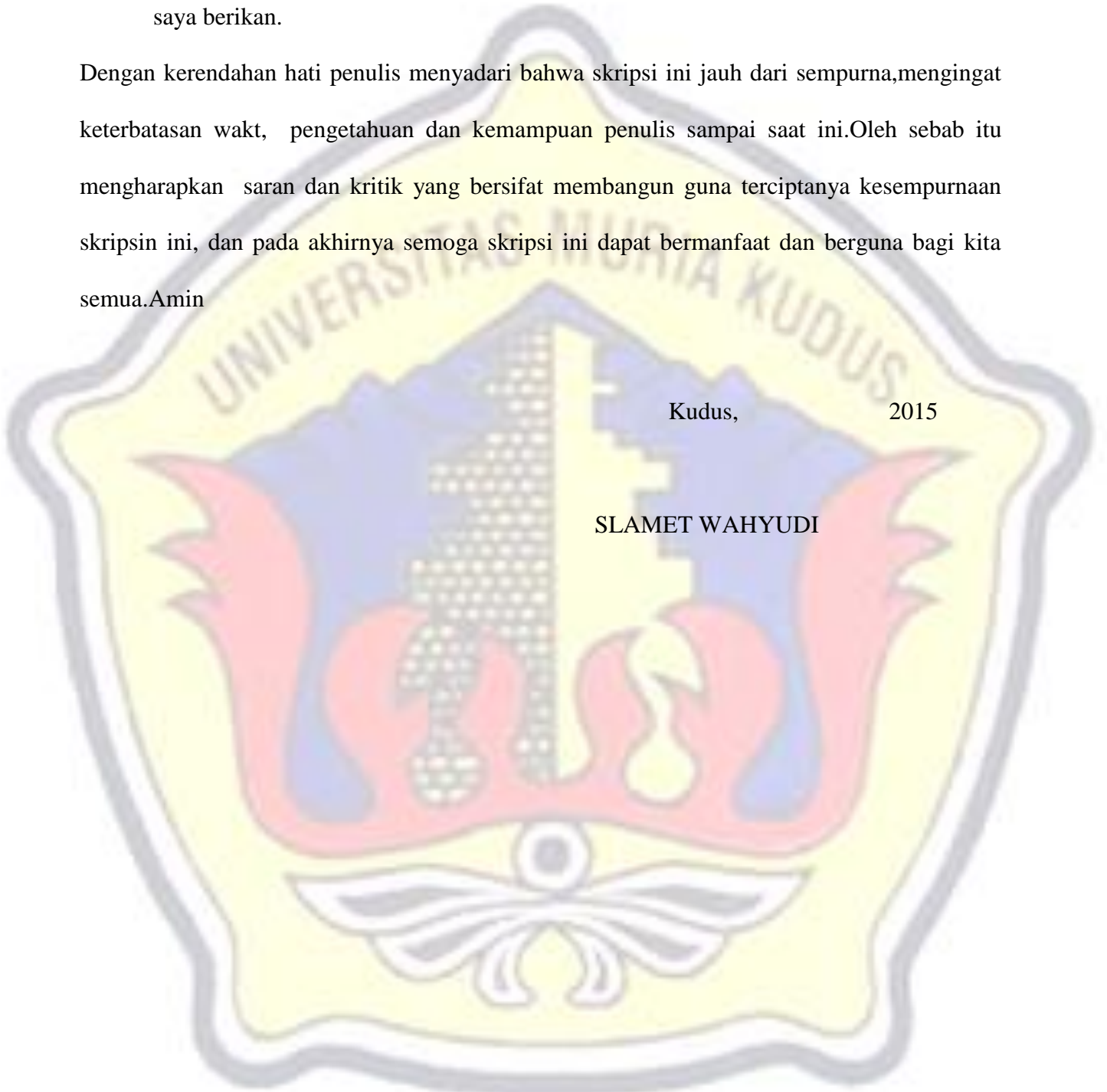
1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan ijin dalam penulisan skripsi.
2. Ibu Dra.Hj.Panca Winahyuningsih,MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan sehingga terselesaikanya skripsi ini.
3. Ibu Dian Wismar'ain.SE,MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu da senantiasa sabar dalam memberikan arahan hingga terselesaikanya skripsi ini.
4. Bapak Noor Azis, SE, MM, selaku Ketua Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus, yang telah memberikan ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.

6. Teman-teman FEMA angkatan 2011 yang selalu berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Responden yang bekenan meluangkan waktunya untuk menjawab kuesioner yang saya berikan.

Dengan kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, pengetahuan dan kemampuan penulis sampai saat ini. Oleh sebab itu mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini, dan pada akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua. Amin

Kudus, 2015

SLAMET WAHYUDI



DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
.....	
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	14
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasara	18
2.2 Keputusan Pembelian.....	19

2.3 Kualitas Produk	26
2.4 Harga	30
2.5 Tempat	35
2.6 Promosi	37
2.7 Penelitian Terdahulu	42
2.8 Kerangka Penelitian	44
2.9 Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	46
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
3.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.4 Penentuan Sampel	49
3.5 Pengumpulan Data	51
3.6 Uji Instrumen Data.....	53
3.7 Uji Asumsi klasik	54
3.8 Pengolahan Data	54
3.9 Analisis Data.....	56

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Perusahaan	61
4.2 Deskripsi Responden	64
4.3 Hasil Analisis Data	67
4.4 Pengujian Hipotesis	83
4.5 Pembahasan.....	91

4.6 Implikasi Hasil Data	93
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	93

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Top Brand Index Kategori Rokok Kretek Filter	9
1.2 Pangsa Pasar Rokok	11
2.1 Penelitian Terdahulu	42
4.1 Hasil Uji Validitas	65
4.2 Hasil Uji Reliabilitas	68
4.3 Profil Jenis Kelamin Responden	69
4.4 Profil Umur Responden	71
4.5 Profil Pendidikan Responden	72
4.6 Uji Normalitas	73
4.7 Uji Multikolinieritas	76
4.8 Penilaian Responden Mengenai Kualitas Produk	78
4.9 Penilaian Responden Mengenai Harga.....	79
4.10 Penilaian Responden Mengenai Tempat	80
4.11 Penilaian Responden Mengenai Promosi	81
4.12 Penilaian Responden Mengenai Keputusan Pembelian	82
4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	83
4.14 Hasil Uji – t	86
4.15 Hasil Uji – f	89
4.16 Koefisien Determinasi Berganda (R ²)	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	44
4.1 Uji Heteroskedastisitas	74
4.2 Implikasi Penelitian.....	94

