



**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
MINAT BELI MINYAK GORENG KEMASAN BIMOLI  
DI KELURAHAN SUKAMAJU BARU**

**SKRIPSI**

**RAWANG SARY**

**1310111133**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**



**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
MINAT BELI MINYAK GORENG KEMASAN BIMOLI  
DI KELURAHAN SUKAMAJU BARU**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**RAWANG SARY**

**1310111133**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2018**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rawang Sary

NIM. : 1310111133

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 Januari 2018

Yang Menyatakan



Rawang Sary

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rawang Sary  
NIM. : 1310111133  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen SI  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

### **Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Minyak Goreng Kemasan Bimoli Di Kelurahan Sukamaju Baru**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 17 Januari 2018

Yang Menyatakan,  
  
Rawang Sary

## PENGESAHAN

# PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MINYAK GORENG KEMASAN BIMOLI DI KELURAHAN SUKAMAJU BARU

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**RAWANG SARY**  
**1310111133**

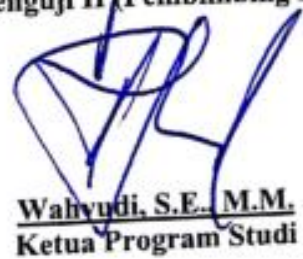
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
pada tanggal : 17 Januari 2018  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Rosali, S.E., M.M.  
Ketua Penguji



Dr. Faisal Marzuki, M.pd  
Penguji II (Pembimbing II)



Wahyudi, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 17 Januari 2018



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7892856, 7892856 Fax. 7892856  
Homepage : http://www.upnvj.ac.id Email : puakom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GASAL TA. 2017/2018

Hari ini Rabu , tanggal 17 Januari 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : RAWANG SARY

No.Pokok Mahasiswa : 1310111133

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Minyak Goreng Kemasan "Bimoli" Di Kelurahan Sukamanju Baru

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \*)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Rosali, SE, MM	Ketua	1.
2	Drs. Hariyanto Ridwan, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Faisal Marzuki, M.Pd	Anggota II (**)	3.

Keterangan :  
\*) Coret yang tidak perlu  
\*\*) Dosen Pembimbing



# **Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Minyak Goreng Kemasan Bimoli Di Kelurahan Sukamaju Baru**

**Oleh**

**Rawang Sary**

## **Abstrak**

Penelitian ini adalah kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap minat beli minyak goreng kemasan Bimoli. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Warga RW 015 Kelurahan Sukamaju Baru . Ukuran sampel diambil sebanyak 55 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *proportionate stratified random sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai koefisien jalur sebesar koefisien 0,469. (2) Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,359

Kata Kunci: Harga, Promosi dan Minat Beli

***The Influence of Price and Promotion on The Interest of Buying  
Bimoli's Packaging Oil in Sukamaju Baru Urban Village***

**By**

**Rawang Sary**

***Abstract***

*This research is quantitative which aims to know the influence of price and promotion to the of Bimoli's packaging oil in Kelurahan Sukamaju Baru. The population used in this study is the citizens of RW 015 in Kelurahan Sukamaju Baru. The sample using proportionate stratified random sampling method. The analysis technique used is Partial Least Square. The results of this study show that (1) price has a significant influence on purchase intention with coefficient path value in the coefficient amount of 0.469. (2) promotion has significant influence on purchase intention with coefficient path value of 0.359*

*Keywords: Price, Promotion, and Purchase Intention*



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan Baginda Nabi besar Muhammad SAW atas segala karunia dan rahmat serta hidayah-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil dijalankan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah **“Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Minyak Goreng Kemasan “Bimoli” di Kelurahan Sukamaju Baru”** Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ka. Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Bapak Drs. Hariyanto Ridwan.M.M selaku pembimbing I dan Bapak Drs. Faisal.Mpd selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam pelaksanaan bimbingan, pengarahan, dorongan dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Salim Dasim dan Ibu Idai Rohayati selaku kedua orang tua tercinta, Ansar Dasim selaku paman tercinta, dan Yusup Dasim dan Ibu Sriyatun selaku paman dan bibi tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis juga sampaikan kepada sahabat-sahabat terdekat yang telah berjasa dalam penelitian ini yaitu Syahrul Ramadhan , Rizki Andiansyah ,Muhammad Ardiansyah, Wina Ismay, Maudya Barokah, Aditya Prastha, Rizki Choirul, Kurnia Yudha, Keluarga Besar Local C, teman-teman smokar, serta teman-teman seperjuangan Manajemen S1 2013 yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 17 Januari 2018

Rawang Sary

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN</b> .....	v
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penulisan .....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
II.1 Penelitian Terdahulu.....	6
II.2 Landasan Teori .....	9
II.2.1 Pemasaran.....	9
II.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
II.2.2 Minat Minat Beli .....	9
II.2.2.1 Definisi Minat Beli .....	9
II.2.2.2 Faktor-Faktor Minat Beli.....	10
II.2.2.3 Indikator Minat Beli .....	12
II.2.3 Harga .....	13
II.2.3.1 Pengertian Harga .....	13
II.2.3.2 Peranan Harga.....	13
II.2.3.3 Penetapan Harga.....	13
II.2.3.4 Tujuan Penetapan Harga.....	14
II.2.3.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga.....	15
II.2.3.6 Strategi Penetapan Harga.....	16
II.2.3.7 Indikator Harga.....	17
II.2.4 Promosi.....	17
II.2.4.1 Pengertian Promosi.....	17
II.2.4.2 Tujuan Strategi Promosi .....	18
II.2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi .....	19
II.2.4.4 Bauran Promosi .....	20
II.2.4.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi .....	21

II.5	Kerangka Pemikiran .....	22
II.6	Pengembangan Hipotesis.....	22
II.6.1	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....	23
II.6.2	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli .....	23
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	24
III.1.1	Definisi Operasional.....	24
III.1.2	Pengukuran Variabel .....	24
III.2	Populasi dan Sampel.....	25
III.2.1	Populasi .....	25
III.2.2	Sampel .....	25
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	26
III.3.1	Jenis Data.....	26
III.3.2	Sumber Data .....	26
III.3.3	Pengumpulan Data.....	27
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	28
III.4.1	Teknik Analisis Data .....	28
III.4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
III.4.2	Uji Hipotesis .....	29
III.4.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T) .....	29
III.4.2.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	29
III.4.2.3	Cara Kerja <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	29
III.4.2.4	Langkah-langkah PLS .....	30
III.4.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	30
III.5	Kerangka Model Penelitian .....	30
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	32
IV.1.1	Sejarah Bimoli PT Indofood.....	32
IV.1.2	Deskripsi Data .....	34
IV.1.2.1	Deskripsi Data Responden.....	34
IV.1.4.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	36
IV.1.4.2	Model Pengukuran (Outer Model) .....	36
IV.1.4.3	Uji Validitas Konvergen .....	38
IV.1.4.4	Uji Validitas Diskriminan.....	38
IV.1.4.5	Uji Reliabilitas PLS .....	39
IV.1.4.6	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	40
IV.1.4.7	<i>R Square</i> .....	41
IV.1.4.8	<i>Q Square</i> .....	41
IV.1.2	Koefisien Jalur ( <i>Path Coefficients</i> ).....	42
IV.2	Pembahasan .....	43
IV.2.1	Hubungan Harga Dengan Minat Beli .....	43
IV.2.2	Hubungan Promosi Dengan Minat Beli.....	44
IV.3	Keterbasan Penelitian .....	44

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>46</b>
V.1	Simpulan.....	46
V.2	Saran.....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>48</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Top Brand Award</i> Minyak Goreng.....	2
Tabel 2.	Matrik Penelitian Sebelumnya Terkait Minat Beli .....	8
Tabel 3.	<i>GAP Research</i> .....	9
Tabel 4.	Pengukuran Variabel .....	24
Tabel 5.	Skala Likert .....	27
Tabel 6.	Kisi-kisi Instrumen.....	28
Tabel 7.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach.....	29
Tabel 8.	Data Pendapatan PT Salim Ivomas Pratama 2013 – 2016 (dalam jutaan rupiah) .....	33
Tabel 9.	Karakteristik Respodem Menurut Pekerjaan .....	34
Tabel 10.	Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin .....	35
Tabel 11.	Karakteristik Responden Menurut Usia. ....	35
Tabel 12.	<i>Outer Loading Factor</i> .....	38
Tabel 13.	<i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	38
Tabel 14.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	39
Tabel 15.	Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	39
Tabel 16.	<i>Composite Reliability</i> .....	40
Tabel 17.	<i>Cronbach's Alpha</i> .....	40
Tabel 18.	Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i> .....	41
Tabel 19.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur .....	42
Tabel 20.	Hasil Uji t-Statistik.....	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 2. Langkah-langkah Analisis PLS.....	30
Gambar 3. Kerangka Model Penelitian.....	31
Gambar 4. Gambar <i>Outer Model</i> .....	36
Gambar 5. Nilai <i>Loading Factor</i> Menggunakan Diagram Jalur PLS Setelah Re-estimasi .....	37
Gambar 6. Model penelitian pada <i>Inner Model</i> .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Data Kuisisioner
- Lampiran 3 Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4 Hasil *Output Outer* Model 1 PLS
- Lampiran 5 Hasil *Output Outer* Model 2 PLS
- Lampiran 6 Hasil *Output Outer* Model 2 PLS
- Lampiran 7 Hasil *Output* Model PLS
- Lampiran 8 Tabel t
- Lampiran 9 Surat Riset