

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TABUNGAN EMAS DI PT. PEGADAIAN
CABANG CIKARANG**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

ARISKA OKTAVIANI
NIM: 241.19.07356



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TABUNGAN EMAS DI PT. PEGADAIAN
CABANG CIKARANG**

Oleh :

Nama : ARISKA OKTAVIANI
NIM : 241.19.07356
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 16 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Bambang Suntoro, SE, MM

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TABUNGAN EMAS DI PT. PEGADAIAN
CABANG CIKARANG**

Oleh :

Nama : ARISKA OKTAVIANI

NIM : 241.19.07356

Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Agustus 2023

Waktu : 14.20 - 15.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Rubiah Fitriyanti, SKM, MM (.....)

Penguji II : Aldi Friyatna Dira, SE, MM (.....)

Mengesahkan,

Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ARISKA OKTAVIANI
NIM : 241.19.07356
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3275075210010001
Alamat : Jl. Yayasan Nurul Huda RT/RW. 006/002 Bantargebang
Kota Bekasi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Cabang Cikarang ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, _____ 2023

ARISKA OKTAVIANI

ABSTRAK

ARISKA OKTAVIANI, NIM 241.19.07356. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas di PT. Pegadaian Cabang Cikarang.

Seiring dengan perkembangan perekonomian yang semakin maju di era globalisasi, seperti yang terjadi pada jasa keuangan, jasa kesehatan, pariwisata, pendidikan, dan industri. Demikian pula pada jasa lembaga keuangan non bank. Adapun permasalahan yang dihadapi seperti tidak mengetahui produk investasi berupa tabungan emas yang masih belum banyak masyarakat mengenal produk tersebut. Maka diperlukannya pengetahuan mengenai keunggulan produk tersebut agar dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas di PT. Pegadaian Cabang Cikarang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Accidental Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 90 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 77,1% faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga dan promosi, sedangkan sisanya 22,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga dan promosi secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (50,435) > F_{tabel} (3,1013)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (6,521)$, dan variabel promosi menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (5,259)$ dimana $t_{tabel} (1,6625)$, maka secara parsial variabel harga dan promosi tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Cikarang, Variabel yang dominan mempengaruhi Keputusan pembelian adalah harga.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

ARISKA OKTAVIANI, NIM 241.19.07356. *The Influence of Price and Promotion on the Purchase Decision of Gold Savings at PT. Pegadaian Cabang Cikarang.*

Along with the increasingly advanced economic developments in the era of globalization, as happened in financial services, health services, tourism, education, and industry. The same goes for non-bank financial institution services. As for the problems faced, such as not knowing the investment product in the form of gold savings, not many people are familiar with this product. So the need for knowledge about the advantages of these products in order to increase the number of customers.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price and promotion on purchasing decisions for gold savings at PT. Pawnshop Branch Cikarang. The type of research used is survey research with research methods in the form of data collection using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was done by Accidental Sampling. The sample is 90 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test showed that 77.1% of the purchasing decision factors could be explained by price and promotion, while the remaining 22.9% were explained by other factors not examined in this study. While the results of the F test show that simultaneously the price and promotion variables simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions with the results of the analysis namely the value of $F_{count} (50.435) > F_{table} (3.1013)$. The results of the t test show that the price variable shows the results of the tcount analysis (6.521), and the promotion variable shows the results of the tcount analysis (5.259) where $t_{table} (1.6625)$, then partially the price and promotion variables have a positive and significant effect on the decision to purchase gold savings at PT. Pegadaian Branch Cikarang, the dominant variable influencing the purchase decision is price.

Keywords: Price, Promotion, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala berkat rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat serta salam tak lupa penulis kirimkan kepada junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas di PT. Pegadaian Cabang Cikarang”. Penelitian yang penulis buat bertujuan untuk memenuhi persyaratan ujian dalam menyelesaikan Program Studi Manajemen dengan memperoleh Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Penulis sangat menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak, akan sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE, MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
2. Ibu Prof. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Aldi Friyatna Dira, S.E, MM selaku Pimpinan Cabang STIE GICI Business School Bekasi.
5. Bapak Bambang Suntoro, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai dengan baik.

6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
7. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Bapak Setyo Prabowo, SE selaku Pimpinan PT. Pegadaian Cabang Cikarang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Ayahanda Yadi Supriadi serta Ibunda Masitoh tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
11. Kekasih tersayang Faishal Setia Nugraha yang selalu memotivasi dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat saya : Nurlaela, Murni, Sarini, dan Fitri yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
13. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, _____ 2023
Penulis,

ARISKA OKTAVIANI
NIM: 241.19.07356

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PENDAHULUAN	1
I.I Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah	3
1.4 Perumusan Masalah.....	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Harga.....	6
2.1.2 Promosi	7
2.1.3 Keputusan Pembelian	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Konseptual	13
2.4 Hipotesis	15

BAB III	16
METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	16
3.2 Jenis Penelitian	16
3.3 Populasi dan Sampel	17
3.3.1 Populasi.....	17
3.3.2 Sampel	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data	18
3.5 Definisi Operasional Variabel	19
3.5.1 Variabel Bebas.....	20
3.5.2 Variabel Terikat	21
3.6 Teknik Analisis Data	23
3.6.1 Skala dan Angka Penelitian	23
3.6.2 Persamaan Regresi.....	25
3.6.3 Uji Kualitas Data	25
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.5 Uji Hipotesis	29
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Hasil Penelitian.....	32
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.2 Karakteristik Responden.....	33
4.1.3 Tanggapan Responden.....	35
4.1.4 Hasil Uji Kualitas Data	42
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	46
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis.....	50
4.2 Pembahasan	54
BAB V.....	56
SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 SIMPULAN.....	56
5.2 SARAN	57
DAFTAR PUSTAKA	58
Lampiran 1	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Nasabah Tabungan Emas di PT. Pegadaian Cabang Cikarang	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	16
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 3. 3 Angka Penafsiran	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	34
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	36
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	38
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	40
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	43
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Berganda	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4. 12 Koefisien Determinasi	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji t (Uji Parsial)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	14
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	47
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P - P Plot	48
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	60
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	65
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	66
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	73
Lampiran 6. Daftar Riwayat hidup	73
Lampiran 7. Daftar T_{tabel} dan F_{tabel}	75