

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *PRIVATE LABEL***

(Studi Kasus Pada Carrefour ,DP Mall Jl. Pemuda 150 Semarang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jurusan Manajemen

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



Disusun oleh :

Nama : Ruth Yanti Efendi

NIM : 10.30.0047

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2014**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Promosi Terhadap Keputusan

Pembelian *Private Label*

(Studi Kasus Pada Carrefour ,DP Mall Jl. Pemuda 150 Semarang)

oleh:

Ruth Yanti Efendi

10.30.0047

Disetujui dan diterima baik oleh pembimbing :

Semarang, 7 Februari 2014

Dosen Pembimbing,

Sentot Suciarto A , Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh panitia penguji pada :

Jumat , 28 Februari 2014 skripsi dengan judul :

Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Promosi Terhadap Keputusan

Pembelian *Private Label*

(Studi Kasus Pada Carrefour ,DP Mall Jl. Pemuda 150 Semarang)

oleh:

Ruth Yanti Efendi

10.30.0047

Tim Penguji

M. Widianto ,SE .MM

A.Posmaria Sitohang ,SE MSI

Sentot Suciarto A ,Ph.D

Mengetahui ,

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Dr. Octavianus Digdo Hartomo , M.Si, AKT

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian *Private Label*
(Studi Kasus Pada Carrefour ,DP Mall Jl. Pemuda 150 Semarang)**

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Semarang, 7 Februari 2014

Yang menyatakan,

Ruth Yanti Efendi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah menuntun,membimbing dan menyertai sehingga penulis akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRIVATE LABEL (STUDI KASUS PADA CARREFOUR , DP MALL JL. PEMUDA 150. SEMARANG)”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana S-1 pada fakultas ekonomi dan bisnis, jurusan manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari orang-orang di sekitar penulis yang membantu, memotivasi, membimbing, memberi saran,dll. Maka pada kesempatan ini pulalah penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Dr. Octavinus Digdo Hartomo, M.Si, Akt selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Katolik Soegijapranata
2. Bapak Sentot Suciarto A ,Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberi semangat, membimbing dan memberikan petunjuk dan saran-saran kepada peneliti selama ini.
3. M. Widyanto, SE, MM dan Posmaria Sitohang, SE, M.Si selaku dosen penguji .
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang yang telah mendidik dan membekali banyak ilmu kepada peneliti selama perkuliahan ini.

5. Papa,mama, dan adik saya tercinta yang selalu memberikan dukungan penuh melalui doa, semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat seperjuangan (Ayke , Melinda dan Adeline) yang selama ini saling membantu, memberi saran dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini .
7. Sahabat-sahabat saya di Vania Foudation yang selalu memberikan dukungan penuh dalam proses pembuatan skripsi ini.
8. Teman-teman penulis tercinta yang telah memberikan semangat , motivasi,doa dan bantuan selama pembuatan skripsi ini.
9. Seluruh responden yang berkenan membantu penulis dengan berpartisipasi dalam proses pengisian kuesioner dalam keperluan penelitian ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Akhir kata,penulis memohon maaf sekiranya penyajian maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan ,khusunya dalam bidang manajemen pemasaran.

Semarang, 7 Februari 2014

Peneliti

ABSTRAK

Private label merupakan salah satu strategi ritel modern seperti Carrefour untuk meningkatkan penjualannya. Permintaan akan produk *private label* meningkat 5-10% tiap tahunnya. Hal ini menjadikan bisnis *private label* menjadi strategi yang menjanjikan bagi ritel modern. Karena persaingan produk *private label* antar *hypermarket* semakin ketat. Carrefour harus mampu mengenali secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun masa yang akan datang. Dan bagaimana terus mengembangkan produk *private label* di mata konsumennya. Mempelajari dan menganalisa perilaku konsumen dalam keputusan pembelian *private label* adalah hal yang penting, sebab dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai variabel-variabel keputusan pembelian akan dapat memberikan masukan yang berarti bagi perencanaan strategi pemasaran *private label*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, kualitas dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian *private label* Carrefour. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sudah menggunakan produk *private label* selama lebih dari dua kali. Sampel yang diambil sebesar 40 responden dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian ini ,diperoleh hasil persamaan regresi $Y= 1.029 + 0.04X_1 + 0.429X_2 + 0.374X_3$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini telah memenuhi uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel harga (X1), kualitas (X2) dan promosi (X3) yang diteliti terbukti secara partial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Kemudian melalui uji f dapat diketahui bahwa variabel harga (X1), kualitas (X2) dan promosi (X3) yang diteliti secara simultan terbukti secara mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y).

Kata kunci : *Private label* , harga, kualitas, promosi, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Manajemen Ritel	10
2.2 <i>Private Label</i>	11
2.3 Harga	12
2.4 Kualitas	13
2.5 Promosi	14
2.6 Keputusan Pembelian	16
2.7 Gambaran Umum Perusahaan	17
2.8 Penelitian terdahulu	19
2.9 Kerangka Berfikir	25

2.10	Definisi operasional	25
2.11	Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1	Populasi Dan Sample.....	29
3.2	Teknik Pengumpulan data.....	30
3.2.1	Sumber dan jenis data	30
3.2.2	Teknik pengumpulan	30
3.3	Uji Realibilitas dan validitas	31
3.3.1	Uji Realibilitas.....	32
3.3.2	Uji Validitas.....	32
3.4	Teknik analisis data.....	33
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	33
3.4.2	Pengujian hipotesis.....	36
3.4.2.1	Uji t partial.....	36
3.4.2.2	Uji f simultan.....	37
3.4.2.3	Uji Regresi linier berganda.....	38
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	41	
4.1	Gambaran umum responden	41
4.1.1	Jenis kelamin responden	41
4.1.2	Usia responden.....	42
4.1.3	Status responden.....	42
4.1.4	Pekerjaan responden	43
4.1.5	Pengeluaran responden.....	44
4.1.6	Waktu pembelian <i>private label</i>	45
4.1.7	Lama penggunaan.....	45
4.1.8	Jenis produk <i>private label</i> yang sering dibeli.....	46
4.1.9	Jenis produk <i>private label</i> yang kurang diperlakukan.....	47

4.1.10 Produk <i>private label</i> yang paling sering dibeli	48
4.1.11 Tabulasi Silang Usia Responden dan Status Responden.....	49
4.1.12 Tabulasi Silang Usia Responden dan Pekerjaan Responden.....	50
4.1.13 Tabulasi Silang Usia Responden dan Pengeluaran Responden.....	51
4.1.14 Tabulasi Silang Usia Responden dan Waktu Pembelian Responden.....	51
4.1.15 Tabulasi Silang Usia Responden dan Lama Penggunaan Responden.....	53
4.1.16 Tabulasi Silang Usia Responden dan Produk <i>Private Label</i> Yang Paling Sering Dibeli Responden.....	54
4.1.17 Tabulasi Silang Status Responden dan Jumlah Pengeluaran Responden.....	55
4.1.18 Tabulasi Silang Pekerjaan Responden dan Waktu Pembelian Responden.....	56
4.1.19 Tabulasi Silang Pekerjaan Responden dan Jumlah Pengeluaran Responden.....	57
4.1.20 Tabulasi Silang Pekerjaan Responden dan Produk <i>Private Label</i> Yang Paling Sering Dibeli Responden.....	58
4.1.21 Tabulasi Silang Jumlah Pengeluaran Responden dan Produk <i>Private Label</i> Yang Paling Sering Dibeli Responden.....	60
4.1.22 Tabulasi Silang Waktu Pembelian Responden dan Produk <i>Private Label</i>	

Yang Paling Sering Dibeli Responden....	61
4.1.23 Tabulasi Silang Lama Penggunaan Responden dan Produk <i>Private Label</i>	
Yang Paling Sering Dibeli Responden....	62
4.2 Hasil dan Analisis.....	64
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	64
4.2.2 Variabel harga	67
4.2.3 Variabel kualitas	67
4.2.4 Variabel promosi	68
4.2.5 Variabel keputusan pembelian	68
4.2.6 Pengujian hipotesis	69
4.2.6.1 Uji t partial.....	69
4.2.6.2 Uji f simultan.....	73
4.2.6.3 Uji Regresi linier berganda	74
4.2.6.3.1 Persamaan regresi...	74
4.2.6.4 Koefisien determinasi.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	80
Daftar Pustaka.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel <i>Top Brand Survey Hypermarket 2011-2013</i>	2
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.2	Definisi Operasional.....	26
Tabel 3.1	Uji Realibilitas Variabel.....	32
Tabel 3.2	Uji Validitas Variabel.....	33
Tabel 3.3	Range Skala.....	35
Tabel 4.1	Komposisi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2	Komposisi Responden Menurut Usia.....	42
Tabel 4.3	Komposisi Responden Menurut Status	42
Tabel 4.4	Komposisi Responden Menurut Pekerjaan.....	43
Tabel 4.5	Komposisi Responden Menurut Pengeluaran.....	44
Tabel 4.6	Komposisi Responden Menurut Waktu Pembelian.....	45
Tabel 4.7	Komposisi Responden Menurut Lama Penggunaan.....	45
Tabel 4.8	Komposisi Responden Menurut Produk Sering Dibeli....	46
Tabel 4.9	Komposisi Responden Menurut Produk Kurang Dipercaya	47
Tabel 4.10	Komposisi Responden Menurut Produk Plg Sering Dibeli	48
Tabel 4.11	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang Usia Responden Dan Status	49
Tabel 4.12	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang Usia Responden Dan Pekerjaan	50
Tabel 4.13	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang Usia Responden Dan Pengeluaran	51
Tabel 4.14	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang Usia Responden Dan Waktu Pembelian	52
Tabel 4.15	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang Usia Responden Dan Lama Penggunaan	53
Tabel 4.16	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang Usia	

	Responden Dan Produk Paling Sering Dibeli	54
Tabel 4.17	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang Status	
	Responden Dan Jumlah Pengeluaran	55
Tabel 4.18	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang	
	Pekerjaan Responden Dan Waktu Pembelian	56
Tabel 4.19	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang	
	Pekerjaan Responden Dan Jumlah Pengeluaran	57
Tabel 4.20	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang	
	Pekerjaan Responden Dan Produk Paling Sering Dibeli....	58
Tabel 4.21	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang	
	Jumlah Pengeluaran Responden Dan Produk Paling Sering	
	Dibeli.....	60
Tabel 4.22	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang	
	Waktu Pembelian Responden Dan Produk Paling Sering	
	Dibeli.....	61
Tabel 4.23	Komposisi Responden Menurut Tabulasi Silang	
	Lama Penggunaan Responden Dan Produk Paling Sering	
	Dibeli.....	62
Tabel 4.24	Frekuensi Tanggapan Responden	64
Tabel 4.25	Koefisien Variabel Harga	70
Tabel 4.26	Koefisien Variabel Kualitas.....	71
Tabel 4.27	Koefisien Variabel Promosi.....	72
Tabel 4.28	Tabel Anova Uji f.....	73
Tabel 4.29	Persamaan Regresi.....	74
Tabel 4.30	Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Pikir Penelitian.....	25
-------------	--------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Kuesioner Penelitian	84
LAMPIRAN B	Tabulasi Hasil Penelitian	93
LAMPIRAN C	Data Crosstab	100
LAMPIRAN D	Uji Realibilitas dan Validitas	113
LAMPIRAN E	Uji t, Uji f, Regresi dan Koefisien Determinasi	121
LAMPIRAN F	Gambar Produk <i>Private Label</i> Carrefour	126

