

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA,DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
STUDI KASUS PADA WARUNG SPESIAL BEBEK GORENG ANDALAN**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**RIZKI SAPPITU H**  
**12010110141129**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2016**

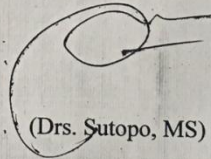
PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : RIZKI SAPPITU HIDAYAT  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010110141129  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen  
Judul Penelitian Skripsi : ANALISIS PENGARUH PERSEPSI  
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN (Studi Kasus pada Warung  
Spesial Bebek Goreng Andalan)

Dosen Pembimbing : Drs. Sutopo, MS

Semarang, Maret 2016

Dosen Pembimbing



(Drs. Sutopo, MS)

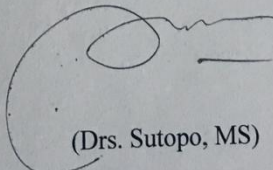
## HALAMAN PERSETUJUAN

Nama Penyusun : RIZKI SAPPITU HIDAYAT  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010110141129  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen  
Judul Penelitian Skripsi : ANALISIS PENGARUH PERSEPSI  
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN (Studi Kasus pada Warung  
Spesial Bebek Goreng Andalan)

Dosen Pembimbing : Drs. Sutopo, MS

Semarang, Maret 2016

Dosen Pembimbing

  
(Drs. Sutopo, MS)

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : RIZKI SAPPITU HIDAYAT  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010110141129  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen  
Judul Penelitian Skripsi : ANALISIS PENGARUH PERSEPSI  
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN (Studi Kasus pada Warung  
Spesial Bebek Goreng Andalan)  
Dosen Pembimbing : Drs. Sutopo, MS

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 6 APRIL 2016

Tim penguji :

1. (.....)  
Drs. SUTOPU, MS
2. (.....)  
FARIDA INDRAYANI SE.MM
3. (.....)  
RIZKI HARTI M

## ABSTRAK

Industri makanan akhir-akhir ini menjadi acuan yang dilirik oleh para pengusaha karena potensinya yang cukup besar. Pengusaha pangan selalu bersaing untuk membangun persepsi masyarakat. Banyak perusahaan menerapkan strategi tertentu untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Suatu perusahaan harus berusaha mampu memenuhi kebutuhan konsumennya. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga mencapai keuntungan yang maksimal dalam penjualan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Warung Spesial Bebek Goreng Andalan Semarang. Di dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacu pada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Warung Spesial Bebek Goreng Andalan Semarang yang jumlahnya tidak diketahui. Karena pertimbangan populasi yang terlalu banyak, maka penelitian ini dilakukan secara sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dan gambar kurva diatas, dimana  $t$  tabel 1,985 sedangkan  $t$  hitung 8,817, berarti  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif antara variabel Persepsi harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan Pembelian .

Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan Pembelian . Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dan gambar kurva diatas, dimana  $t$  tabel 1,985 sedangkan  $t$  hitung 4,107 berarti  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada ada pengaruh antara variabel Promosi ( $X_2$ ) terhadap keputusan Pembelian

Kata Kunci : persepsi harga, promosi dan keputusan pembelian

## ABSTRACT

The food industry lately become a reference glimpsed by employers because its potential is quite large. Food entrepreneurs are always competing to build the public perception. Many companies implement specific strategies to influence consumer purchasing decisions. A company should strive to meet the needs of consumers. These activities aim to influence consumer purchase decisions so as to achieve the maximum profit in the sale.

The population in this study were all employees of Special Warung Bebek Goreng mainstay Semarang. In this study, the study population refers to consumers who never make purchases at the point Deals Fried Duck mainstay Semarang unknown number. In consideration of the population is too much, this research is based on sampling.

The results showed that the perception of positive and significant effect on the price of the Purchase decisions. Based on calculations using SPSS and curves image above, where  $t$  table  $t$  8.817 1.985 whereas, means  $t > t$  table with a significant level of 0,000 then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted. It can be concluded that there is a positive influence between price perception variable (X1) to the Purchasing decision. Promotion of a positive influence on the Purchasing decision. Based on calculations using SPSS and curves image above, where  $t$  table  $t$  4.107 1.985 whereas the mean  $t$  count  $> t$  table with a significant level of 0,000 then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted. It can be concluded that there was no influence of variables Promotion (X2) against the decision of Purchase

Keywords: perception of price, promotion and purchasing decisions

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang telah diberikan sehingga skripsi yang berjudul **ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Warung Spesial Bebek Goreng Andalan)** telah diselesaikan sebagai suatu syarat untuk menyelesaikan studi pada program Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan seluruh pihak, baik secara langsung maupun tidak. Oleh karena itu disampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Sudharto, P. Hadi, MES, Ph. D selaku Rektor Universitas Diponegoro..
2. Dr. Suharnomo, SE, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
3. Drs. Sutopo, MS selaku Dosen Pembimbing yang penuh dengan kesabaran membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
4. Segenap Dosen dan Staf Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.Semarang yang secara langsung maupun tidak, telah memberikan petunjuk kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang, semangat, dan dukungan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

6. Semua teman-teman Universitas Diponegoro.yang telah memberikan dorongan dan semangat. Penulis tidak akan melupakan saat kebersamaan.
7. Pihak-pihak yang membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dari semua pihak yang membaca skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, Maret 2016

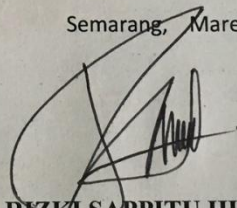
Penulis

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya **RIZKI SAPPITU HIDAYAT**, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Warung Spesial Bebek Goreng Andalan)**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas baik sengaja maupun tidak dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, Maret 2016



**RIZKI SAPPITU HIDAYAT**

**12010110141129**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematikan Penulisan .....	8
<b>BAB II      TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	34
2.3 Penelitian terdahulu .....	37
2.4 Kerangka Pikir .....	43
2.5 Hipotesis .....	44

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
	3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	45
	3.2 Populasi dan Sampel .....	46
	3.3 Jenis dan Sumber Data .....	48
	3.4 Metode Pengumpulan Data .....	49
	3.5 Metode Analisis Data .....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
	4.1 Identitas Responden .....	57
	4.2 Analisis Deskriptif .....	58
	4.3 Uji Instrumen .....	61
	4.4 Uji Asumsi Klasik .....	62
	4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	66
	4.6 Uji Hipotesis Simultan (F test) .....	68
	4.7 Uji Hipotesis Parsial (t test) .....	69
	4.8 Koefisien Determinasi .....	72
	4.9 Pembahasan .....	73
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
	5.1 Kesimpulan .....	77
	5.2 Saran .....	77

Daftar pustaka

Lampiran

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung dan Transaksi Warung Spesial Bebek Goreng Andalan Semarang Periode Bulan Agustus 2014 sampai Bulan Agustus 2015 .....	2
Tabel 1.2 Data Warung Bebek Goreng Lain di Kota Semarang Tahun 2015 .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	46
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	57
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi harga ( $X_1$ ) .....	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Promosi ( $X_2$ ) .....	60
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Validitas Indikator Pertanyaan .....	61
Tabel 4.13 Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian .....	62
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2 Uji Normalitas Data .....	63
Gambar 4.1 Uji Heterokedasitas .....	65

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri makanan akhir-akhir ini menjadi acuan yang dilirik oleh para pengusaha karena potensinya yang cukup besar. Pengusaha pangan selalu bersaing untuk membangun persepsi masyarakat. Banyak perusahaan menerapkan strategi tertentu untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Suatu perusahaan harus berusaha mampu memenuhi kebutuhan konsumennya. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga mencapai keuntungan yang maksimal dalam penjualan.

Perusahaan yang muncul semakin banyak dari waktu ke waktu, berpengaruh pada semakin banyak jenis strategi yang dimiliki untuk memenangkan persaingan dalam meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggannya. Persaingan merupakan aktivitas yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara mengalahkan orang lain atau kelompok. Warung Spesial Bebek Goreng Andalan adalah salah satu tempat yang mengalami persaingan ini.

Warung Spesial Bebek Goreng Andalan adalah suatu tempat makan bebek goreng khas Madura dengan produk utamanya adalah bebek goreng sambel plencit (mangga muda). Peneliti memilih obyek penelitian tersebut karena Warung Spesial Bebek Andalan memiliki ciri khas makanan tradisi kota Madura dengan mempertahankan resep turun temurun. Warung Spesial Bebek Goreng Andalan juga

memiliki cara sendiri untuk bersaing terhadap kompetitor-kompetitor yang ada.  
(Sumber : wawancara).

Peneliti mengambil data penjualan di Warung Spesial Bebek Goreng Andalan selama 1 tahun yaitu pada bulan Agustus 2014 sampai Agustus 2015. Berikut merupakan tabel data penjualan Warung Spesial Bebek Goreng Andalan Semarang pada periode bulan Agustus 2014 sampai Agustus 2015.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Pengunjung dan Transaksi Warung Spesial Bebek Goreng**  
**Andalan Semarang**  
**Periode Bulan Agustus 2014 sampai Bulan Agustus 2015**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung/Bulan</b>	<b>Jumlah Transaksi (Rupiah)</b>	<b>Rata-rata Pengunjung/Hari</b>	<b>Rata-rata Transaksi/Hari (Rupiah)</b>
Agustus 2014	460	10.120.000	15	337.333
September	550	12.100.000	18	403.333
Oktober	533	11.726.000	17	390.867
November	496	10.912.000	17	363.733
Desember	520	11.440.000	17	381.333
Januari 2015	511	11.242.000	16	374.733
Februari	498	10.956.000	17	365.200
Maret	540	11.880.000	18	396.000
April	555	12.210.000	19	407.000
Mei	503	11.066.000	16	368.867
Juni	545	11.990.000	18	399.667
Juli	578	12.716.000	19	423.867
Agustus	601	13.222.000	19	337.333
<b>Total</b>	<b>6289</b>	<b>138.358.000</b>	<b>207</b>	<b>4.611.933</b>

**Sumber:** Warung Spesial Bebek Goreng Andalan Semarang (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, terjadi peningkatan transaksi penjualan pada bulan Agustus 2015. Bulan puasa dan hari libur lebaran mempengaruhi banyaknya pesanan tersebut. Namun, pada bulan Mei 2015 terjadi penurunan yang drastis. Data penjualan pada bulan Agustus 2014 merupakan jumlah konsumen dan transaksi yang paling sedikit dibandingkan dengan bulan lainnya. Ketidakstabilan jumlah konsumen dan transaksi penjualan seperti pada tabel 1.1 merupakan awal permasalahan yang dialami Warung Spesial Bebek Goreng Andalan atas pesaing-pesaingnya.

Pesaing-pesaing warung bebek goreng yang bermunculan di kota Semarang membawa dampak pada ketidakstabilan jumlah konsumen dan transaksi penjualan di Warung Spesial Bebek Goreng Andalan. Ketidakstabilan jumlah konsumen tersebut disebabkan oleh adanya pengaruh keputusan pembelian konsumen terhadap warung pesaing lain. Keputusan pembelian adalah kegiatan mengidentifikasi semua pilihan yang memungkinkan untuk memecahkan persoalan kemudian menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugian masing-masing (Helga Drumond, 2003:68). Keputusan pembelian konsumen biasanya dipengaruhi oleh situasi-situasi tertentu seperti pengaruh sosial, pendapatan, promosi, lokasi, dan sebagainya. Warung makan bebek goreng khususnya di kota Semarang bersaing semakin ketat seiring berjalannya waktu.

Suatu perusahaan perlu melakukan identifikasi para pesaingnya dengan cara mengetahui secara pasti karakteristik pesaing tersebut, khususnya dalam hal strategi, tujuan, kekuatan dan kelemahan, serta pola reaksi mereka (Philip Kotler, 2005:272).

Persaingan dalam bidang pemasaran begitu ketat untuk mendapatkan pangsa pasar yang baik pada saat ini. Persaingan pada dasarnya bertujuan akhir yaitu untuk meningkatkan penjualan yang menguntungkan dengan cara menawarkan kebutuhan produk atau jasa. Persaingan yang semakin ketat seperti ini membawa dampak pada perusahaan untuk lebih aktif dalam menerapkan strategi-strategi tertentu kepada konsumen. Konsumen akan memilih produk yang sesuai dengan karakteristik yang diinginkan. Produsen harus mengetahui dan respek terhadap bagaimana perilaku konsumen agar dapat memenangkan suatu persaingan.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Schiffman dan Kanuk, 2007). Perusahaan harus mampu memperkirakan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen dan mengarahkan kegiatan usahanya ke arah orientasi konsumen. Banyak perusahaan yang ingin merebut pangsa pasar yang baik dan membutuhkan strategi pemasaran yang ampuh. Pendekatan perusahaan terhadap konsumen dan melakukan analisis pesaing-pesaing lain termasuk didalamnya.

Berikut merupakan tabel sebagian pesaing-pesaing warung bebek goreng lain di kota Semarang :

**Tabel 1.2**  
**Data Warung Bebek Goreng Lain di Kota Semarang**  
**Tahun 2015**

<b>NO</b>	<b>NAMA WARUNG</b>	<b>ALAMAT</b>
1	Bebek Gendut	JL Ngesrep timur

2	Bebek Salto	JL Simpang pemuda
3	Sendok Bebek	JL Gayam (Atmodirono)
4	Bebek Tiara	JL Lamper
5	Bebek Pak Slamet	JL Raya kendal

**Sumber:** www.google.com

Banyaknya pesaing seperti di atas, membutuhkan penerapan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di Warung Spesial Bebek Goreng Andalan Semarang. Dua variabel penerapan strategi yang perlu diperhatikan perusahaan yaitu variabel yang dapat dikontrol dan variabel yang tidak dapat dikontrol. Strategi bauran pemasaran merupakan salah satu variabel yang dapat dikontrol. Warung Spesial Bebek Goreng Andalan dalam menghadapi banyaknya pesaing seperti pada tabel diatas dengan cara menerapkan sebagian besar strategi bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran praktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. (Philip Kotler, 2008:62).

Sebagian besar konsumen melihat dari segi Persepsi harga merupakan hal yang pertama kali untuk pengambilan keputusan dalam membeli. Persepsi harga merupakan latar belakang dari suatu produk. Perusahaan perlu melakukan suatu penetapan Persepsi harga pokok yang baik dalam melakukan kegiatannya. Persepsi harga yang baik adalah Persepsi harga yang sesuai dengan kualitas produk. Persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi promosi agar dapat menjaring dan merebut konsumen dari pesaing. Perusahaan

melihat dari segi promosi adalah suatu kegiatan menginformasikan dan membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa responden baik dari pihak manajemen maupun konsumen, diperoleh informasi mengenai beberapa permasalahan terkait pemasaran di Warung Spesial Bebek Goreng Andalan yang dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut :

No	Aspek	Jawaban Responden
1.	Persepsi harga	Persepsi harga cukup mahal untuk kalangan menengah ke bawah.
2.	Promosi	Promosi dirasa kurang luas karena keterbatasan waktu dan biaya.

Sumber : Data primer yang diolah, 2016.

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa beberapa responden mengungkapkan adanya masalah pada aspek Persepsi harga dan promosi. Beberapa responden mengungkapkan bahwa Persepsi harga menu cukup mahal dan adanya keterbatasan dalam promosi yang disebabkan oleh keterbatasan waktu dan biaya.

Warung Spesial Bebek Goreng Andalan harus mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk seperti Persepsi harga dan promosi. Pihak Warung Spesial Bebek Goreng Andalan khususnya pemilik usaha diharapkan untuk dapat mengembangkan kegiatan pemasaran dan strategi yang efektif dalam menarik minat dan pengambilan keputusan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dilakukan sebuah penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA WARUNG SPESIAL BEBEK GORENG ANDALAN)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penelitian ini memiliki suatu permasalahan. Jumlah transaksi penjualan tiap bulan dari periode bulan Agustus 2014 sampai bulan Agustus 2015 seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.1 tidak menentu. Terjadi peningkatan dan penurunan yang tidak stabil. Ketidakstabilan tersebut terjadi akibat dari banyaknya persaingan antar warung bebek goreng lain yang ada di kota Semarang. Berdasarkan fenomena yang ada di Warung Spesial Bebek Goreng Andalan Semarang yang diketahui melalui wawancara pra *survey* menunjukkan adanya permasalahan di bidang Persepsi harga dan promosi.

Perlu dilakukan identifikasi apakah faktor Persepsi harga dan promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga perusahaan akan mudah dalam mengambil langkah-langkah keputusan strategi. Warung Spesial Bebek Goreng Andalan Semarang sebagai objek penelitian menerapkan faktor-faktor tersebut dalam rangka mendorong keputusan pembelian sehingga membangun kepuasan konsumen.

Dari permasalahan tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen ?
2. Apakah promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Spesial Bebek Goreng Andalan.
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Spesial Bebek Goreng Andalan.

#### **Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan berkaitan dengan adanya penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Dapat membuka wawasan bagi peneliti tentang penelitian yang bersifat ilmiah mengenai pengaruh Persepsi harga dan promosi terhadap

keputusan pembelian yang dapat membangun kepuasan konsumen di Warung Spesial Bebek Goreng Andalan.

2. Bagi perusahaan

Manfaat penelitian bagi pihak Warung Spesial Bebek Goreng Andalan sendiri diharapkan dapat menjadi masukan serta bahan pertimbangan dalam menerapkan dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi suatu permasalahan.

3. Bagi Peneliti yang akan datang

Sebagai informasi tambahan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pembahasan, penulisan skripsi ini disusun secara sistematika ke dalam lima bab, yaitu:

**BAB I :       Pendahuluan**

Membahas tentang latar belakang yang menjadi alasan untuk penulis menyusun topik penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II :       Tinjauan Pustaka**

Membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis yang digunakan dalam menemukan jawaban atas rumusan masalah.

**BAB III : Metode Penelitian**

Membahas mengenai jenis penelitian, subjek penelitian, sumber dan pengumpulan data, serta teknik yang digunakan dalam menganalisis data.

**BAB IV : Hasil dan Pembahasan**

Membahas mengenai pengolahan data, presentasi hasil pengolahan, dan pembahasan.

**BAB V : Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan mengenai tindakan kebijakan yang perlu dan dapat dilakukan untuk kemajuan usaha lebih lanjut.