

**PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SARI ROTI OLEH
MASYARAKAT DI PERUMAHAN ANGKATAN 66
PALEMBANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**HIDAYAT
151510133**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINADARMA
PALEMBANG
2019**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SARI ROTI OLEH
MASYARAKAT DI PERUMAHAN ANGKATAN 66
PALEMBANG**

**HIDAYAT
151510133**

Telah Disetujui Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen

Pembimbing,



M. Amirudin, Syarif, S.Si., M.M

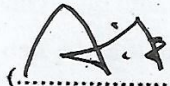
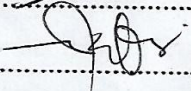
Palembang, September 2019
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bina Darma
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi ini berjudul “PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SARI ROTI OLEH MASYARAKAT DI PERUMAHAN ANGKATAN 66 PALEMBANG” telah dipertahankan didepan komisi penguji pada hari selasa Tanggal 3 September 2019 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

- | | | |
|------------------------------------|-------------------|---|
| 1. M. Amirudin Syarif, S.Si., M.M. | Ketua | () |
| 2. Drs. H. Mukran Roni, M.B.A. | Anggota Penguji 1 | () |
| 3. Sabeli Aliya.S.El, M.M. | Anggota Penguji 2 | () |

Palembang September 2019
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bina Darma
Ketua, Program Studi Manajemen


Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Dr. Dina Mellita, S.E., M.Ec

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hidayat
Nim : 151510133
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa,

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan masalah dan penelitian saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukan ke dalam daftar pustaka;
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan di cek keasliannya menggunakan *turnitin* serta diunggah di internet, sehingga bisa diakses publik secara *daring*.
5. Surat Pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, Agustus 2019

METERAI
TEMPEL
TOL 20
DBFBFAFF930602553
6000
ENAM RIBU RUPIAH
HIDAYAT
NIM. 151510133

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh bauran promosi dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian sari roti oleh masyarakat di Perumahan Angkatan 66 Palembang. Sampel dalam penelitian adalah 100 orang masyarakat pada angkatan 66 Kota Palembang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* karena populasi yang dipilih untuk dijadikan sampel dapat dipilih sedemikian rupa menurut kriteria-kriteria yang ditentukan sehingga relevan dengan rancangan penelitian. Adapun hasil dalam penelitian yaitu terdapat pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari roti di Masyarakat Perumahan Angkatan 66 Palembang karena $\text{sig } t$ sebesar $00,000 < \alpha = 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($9,608 > 1,984$). Tidak ada pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Sari roti di Masyarakat Perumahan Angkatan 66 Palembang karena $\text{sig } t$ sebesar $0,204 > \alpha = 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($1,279 < 1,984$). Terdapat pengaruh Bauran Promosi dan Kesadaran Merek secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Sari roti di Masyarakat Perumahan Angkatan 66 Palembang karena $\text{sig } F$ sebesar $0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} sebesar 78,118 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,09 ($78,118 > 3,09$).

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Bauran Promosi dan Kesadaran Merek

ABSTRACT

This study aims to determine and describe the influence of the promotion mix and brand awareness on the decision to purchase bread extracts by the public at the Housing Force 66 Palembang. The sample in this study was 100 people in the 66th generation of Palembang City. Sampling in this study uses a purposive sampling method because the population chosen to be sampled can be chosen in such a way according to the specified criteria so that it is relevant to the research design. The results in this study are that there is an influence of the Promotion Mix on the Decision of Purchasing Cider Bread in the Housing Society of Palembang 66 because the sig t is $00,000 < \alpha = 0.05$ and $t_{count} > t_{table}$ ($9,608 > 1,984$). There was no influence of Brand Awareness on the Purchase Decision of Bread Sari in Palembang's 66th Housing Society because sig t was $0.204 > \alpha = 0.05$ and $t_{count} > t_{table}$ ($1,279 < 1,984$). There is a simultaneous influence of the Promotion Mix and Brand Awareness on the Purchase Decision of Bread in the Housing Society of Palembang 66 because sig F of $0,000 < 0.05$ and Fcount of 78,118 is greater than Ftable of 3.09 ($78,118 > 3.09$).

Keywords: Purchasing Decisions, Promotion Mix and Brand Awareness

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Perbedaan orang bodoh dan jenius adalah Orang yang jenius punya batasanya.

(Albert Einstein)

Kupersembahkan kepada :

- *Ayah dan Ibu tercinta*
- *Saudara-saudaraku Tercinta*
- *Sahabat-sahabat Seperjuangan*
- *Para Pendidik yang Kuhormati*
- *Almamaterku*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Hidayat
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/Tanggal Lahir : Dusun II (Kayu Agung), 10 November
1996
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Dusun II Kayu Agung
Nomor Telepon/HP : +6281271444931
Alamat Email : hidyat0996@gmail.com

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar : SD Negeri 1 Sukamaju Kayu Agung (2003-2009)
SLTP : SMP Dharma Bakti Kayu Agung (2009-2012)
SMA : SMA Negeri 2 Kayu Agung (2012-2015)
Perguruan Tinggi : S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma (2015-2019)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya juga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul ”pengaruh bauran promosi dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian sari roti oleh masyarakat di Perumahan Angkatan 66 Palembang”.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca sehingga dapat dijadikan bahan masukan bagi penulis di masa mendatang.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tulus dan sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah memberikan kebijakan, pengertian, bimbingan, dorongan, waktu, pengarahan dan pemikiran dalam penulisan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M. selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma Palembang.
3. Dr. Dina Melita, S.E., M.Ec, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bina Darma Palembang.
4. M. Amirudin Syarif, S.Si., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan bantuannya dalam penulisan skripsi ini
5. Seluruh Dosen, staff dan karyawan Universitas Bina Darma Palembang yang telah banyak membantu memberikan data-data dan informasi mengenai penelitian ini.
6. Masyarakat di Perumahan Angkatan 66 Palembang yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini
7. Rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Kuryani dan Ibunda Zubaidah serta keluargaku yang

telah memberikan dukungan dan doa selama ini, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan

8. Teman-teman Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen angkatan 2015 yang telah banyak membantu memberikan masukan-masukan.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini

Atas segala bantuan yang telah diberikan penulis mengucapkan terima kasih, semoga Allah SWT, membalas dengan berlipat ganda dan kita semua senantiasa mendapat lindungan dan kasih sayangnya. *Amin ya robbal alamin.*

Palembang, Agustus 2019

Hidayat

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1,4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Bauran Promosi.....	8
2.2 Kesadaran Merek (<i>Brand Awerenes</i>)	12
2.3 Keputusan Pembelian.....	15
2.4 Penelitian Terdahulu	19
2.5 Kerangka Berpikir.....	22
2.6 Hipotesis Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	24
3.2	Operasioanal Variabel	24
3.3	Jenis Dan Sumber Data	25
3.4	Metode Pengumpulan Data	26
3.5	Populasi Dan Sampel	26
3.6	Teknik Analisis Data	27
3.6.1	Uji Instrumen	28
3.6.2	Regresi Linier Berganda	29
3.6.3	Koefisien Determinasi	30
3.6.4	Uji t	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Sejarah Singkat PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk (Sari Roti)	33
4.2	Visi, Misi dan Nilai-Nilai PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk (Sari Roti)	35
4.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	33
4.4	Karakteristik Responden	42
4.5	Uji Instrumen Kuesioner	46
4.6	Analisis Deskriptif	49
4.7	Analisis Regresi	54
4.8	Uji Hipotesis	56
4.9	Pembahasan	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Sari Roti Tahun 2014-2018.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	24
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.6 Kriteria Pengujian	50
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Bauran Promosi (X_1).....	51
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kesadaran Merek (X_2)	52
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi	55
Tabel 4.12 Hasil Uji t	56
Tabel 4.13 Hasil Uji F	57
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Penelitian	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Paradigma Penelitian	22
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk (Sari Roti) Palembang.....	38
Gambar 4.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4.3. Responden Berdasarkan Usia	38
Gambar 4.4. Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Data Penelitian
3. Hasil Uji Validitas
4. Hasil Uji Reliabilitas
5. Regresi Linier Berganda
6. R tabel
7. T tabel
8. F tabel