

## **ABSTRAKSI**

**WAHYUNI SURIALASTRI . 15.1011297**

### **KEPERCAYAAN PELANGGAN, KOMITMEN PELANGGAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. INDUSTRI JAMU BOROBUDUR**

Skripsi . Program Studi Administrasi Bisnis. 2019

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (a) Apakah kepercayaan, komitmen pelanggan dan harga memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Industri Jamu Borobudur. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT Industri Jamu Borobudur yang jumlahnya tidak terhingga atau dipastikan, Maka sampel penelitian adalah 100 pelanggan PT Industri Jamu Borobudur. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa, Variabel kepercayaan (X1) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan t hitung sebesar 6.324 lebih besar dari t tabel sebesar 1.98498, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05, Variabel komitmen pelanggan (X2) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan Nilai t hitung untuk variabel komitmen pelanggan sebesar 6.690 lebih besar dari t tabel sebesar 1.98498, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05, dan Variabel harga (X3) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan Nilai t hitung untuk variabel komitmen pelanggan sebesar 2.405 lebih besar dari t tabel sebesar 1.98498, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05

**Kata kunci :** Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan, Harga, Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

**WAHYUNI SURIALASTRI . 15.1011297**

**KEPERCAYAAN PELANGGAN, KOMITMEN PELANGGAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. INDUSTRI JAMU BOROBUDUR**

Skripsi . Program Studi Administrasi Bisnis. 2019

*The formulation of the problem in this study are (a) Does trust, customer commitment and price have a significant relationship to the purchasing decisions at PT Industri Jamu Borobudur. The population in this study were all customers of PT Industri Jamu Borobudur whose number was unlimited or ascertained, so the study sample was 100 customers of PT Industri Jamu Borobudur. The method used is multiple linear regression analysis.*

*Based on the results of the analysis and discussion, it can be concluded that, the confidence variable (X1) has a significant relationship to the purchase decision (Y) with a t count of 6,324 greater than t table of 1.98498, with a significance level smaller than 0.05, the variable of customer commitment (X2) has a significant relationship to purchasing decisions (Y) with a calculated value t for customer commitment variables of 6.690 is greater than t table of 1.98498, with a significance level less than 0.05, and the price variable (X3) has a significant relationship to purchase decision (Y) with the t value for the customer commitment variable of 2.405 is greater than t table of 1.98498, with a significance level of less than 0.05*

**Keywords** : Trust, Customer Commitments, Prices, Purchase Decisions.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT dengan limpahan rahmat serta hidayah-Nya, penulisan laporan skripsi dengan judul : **KEPERCAYAAN PELANGGAN, KOMITMEN PELANGGAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT INDUSTRI JAMU BOROBUDUR**, dapat terselesaikan.

Atas bantuan semua pihak yang turut membantu penulisan Laporan Skripsi ini saya sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dengan harapan Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat atas budi yang telah diberikan, khususnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Nugroho Dwi Priyqhadi, S.Psi., M.Sc, selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan (STIAMAK) Barunawati Surabaya.
2. Bapak Soedarmanto, SE., MM selaku ketua Program Studi Sekolah Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan (STIAMAK) Barunawati Surabaya.
3. Bapak Dr. Chairul Anam, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan petunjuk di dalam penyusunan laporan skripsi ini.
4. Bapak / Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan (STIAMAK) Barunawati Surabaya yang selama ini telah membina dan memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
5. Pimpinan beserta staf dan karyawan PT. INDUSTRI JAMU BOROBUDUR yang telah memberikan kesempatan serta membantu dan juga memberikan informasi yang sangat berguna dalam penyusunan laporan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Tercinta serta kakakku yang senantiasa memberikan dorongan Semangat kepada penulis selama menempuh di bangku kuliah.
7. Rekan-rekan terbaikku yang tidak bisa disebutkan semua yang telah membantu dalam membeikan dorongan semangat dan sumbangan pikiran dalam penulisan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh kesempurnaan yang ada untuk segala saran dan kritik yang membangun penulis harapkan demi kesempurnaan laporan selanjutnya. Semoga laporan yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin

Surabaya, ... .. Agustus 2019

WAHYUNI SURIALASTRI

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv

### **BAB I            PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Pembatasan Masalah .....	5
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi .....	6

### **BAB II            LANDASAN TEORI**

2.1 Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	9

2.2 Kepercayaan Pelanggan.....	11
2.2.1 Pengertian Kepercayaan Pelanggan .....	11
2.2.2 Manfaat dan Tujuan Kepercayaan Pelanggan .....	12
2.2.3 Faktor Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan .....	13
2.2.4 Indikator Kepercayaan.....	14
2.3 Komitmen Pelanggan .....	14
2.3.1 Pengertian Komitmen Pelanggan .....	14
2.3.2 Indikator Komitmen Pelanggan .....	16
2.4 Harga .....	17
2.4.1 Pengertian Harga .....	17
2.4.2 Tujuan Penetapan Harga .....	18
2.4.3 Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga .....	20
2.4.4 Indikator Harga .....	22
2.5 Keputusan Pembelian .....	24
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	24
2.5.2 Proses Keputusan Pembelian .....	25
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	26
2.6 Hubungan Antar Variabel .....	27
2.6.1 Hubungan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.6.2 Hubungan Komitmen Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.6.3 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ..	29
2.6.4 Hubungan Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2.7 Penelitian Terdahulu .....	31

2.8 Kerangka Berfikir .....	36
2.9 Hipotesis .....	37

**BAB III                    METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian .....	38
3.1 .1 Jenis Penelitian .....	38
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
3.2.1 Populasi Penelitian.....	38
3.2.2 Sampel Penelitian.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.4 Sumber Data .....	42
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	42
3.6 Teknik Analisa Data .....	44
3.6.1 Uji Kualitas Data .....	45
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	46
3.6.3 Regresi Linier Berganda .....	48
3.6.4 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	49
3.6.5 Uji t (Parsial) .....	50
3.6.6 Uji F (Simultan) .....	50

**BAB IV                    ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum PT Industri Jamu Borobudur .....	51
4.1.1 Struktur Organisasi PT Jamu Borobudur .....	52
4.1.2 Tugas dan Tanggung Jawab .....	53
4.1.3 Visi dan Misi PT Jamu Borobudur .....	55
4.2 Karakteristik Responden Penelitian .....	55
4.2.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	55

4.2.2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.2.3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	57
4.3	Analisa Data .....	57
4.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	58
4.3.1.1	Uji Validitas .....	58
4.3.1.2	Uji Reliabilitas .....	62
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	63
4.4.1	Uji Normalitas .....	63
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	64
4.4.3	Uji Multikolinieritas .....	65
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	66
4.6	Uji Hipotesis .....	68
4.6.1	Uji F (Simultan) .....	68
4.6.2	Uji t ( Parsial) .....	69
4.7	Analisa Koefisien Determinasi Berganda .....	70
4.8	Pembahasan .....	71

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	77
5.2	Saran .....	78

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan PT Industri Jamu Borobudur .....	1
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	57
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan .....	58
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Komitmen Pelanggan .....	59
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Harga .....	60
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	66
Tabel 4.10 Regresi Linier Berganda .....	66
Tabel 4.11 Perhitungan Uji F Pada Taraf Signifikansi 0,05 .....	69
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji Koefisiensi R dan R <sup>2</sup> .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	25
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Industri Jamu Borobudur .....	52
Gambar 4.2 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual .....	36
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	36