

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI UD CITRA BAKERY



Disusun Oleh :

Didit Septian Dwi Cahyo

NBI : 1411506539

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2019**

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI UD CITRA BAKERY

Untuk Memperoleh Gelar Sarjan Strata Satu (S1)
Pada Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disusun Oleh :
Didit Septian Dwi C
NBI : 1411506539

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2019**

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Didit Septian Dwi Cahyo
NBI : 1411506539
FAKULTAS : TEKNIK
JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI
JUDUL : Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di UD. Citra Bakery

Tugas Akhir Ini Telah Disetujui
Tanggal, Juli 2019

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing

Ir. Setijanen Djoko H.,MM
NPP : 20410.90.0204

Menyetujui,

Dekan Fakultas Teknik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Ketua Program Studi Teknik Industri
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Dr. Ir. Sajivo, M.kes
NPP : 20410.90.0187

Hery Murnawan, ST.,MT
NPP : 20410.94.0378

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI

NAMA : Didit Septian Dwi Cahyo
NBI : 1411506539
FAKULTAS : TEKNIK
JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI
JUDUL : Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di UD. Citra Bakery

Tugas Akhir ini diuji pada Tanggal 16 Juli 2019

Panitia Penguji Tugas Akhir Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Ketua	Ir. Setijanen Djoko H.,MM	NPP : 20410.90.0204
Anggota	1. Ir M. Singgih.,MM	NPP : 20410.87.0090
	2. Siti Muhimatul Khoiroh, ST., MT	NPP : 20410.16.0723

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Didit Septian Dwi Cahyo

NBI : 1411506539

Program Studi : Teknik Industri

Menyatakan bahwa ini, bagian dari keseluruhan Tugas Akhir saya yang berjudul :

“ ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, menyelesaikan tugas akhir tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diizinkan dan bukannya merupakan karya pihak lain yang saya akui sebagai karya sendiri.

Semua referensi yang dikutip maupun ditunjuk telah ditulis secara lengkap pada daftar pustaka. Apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surabaya, 26 Juli 2019

Yang membuat pernyataan

METERAI
TEMPEL
TGL. 20
B212BAFF901446800
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Didit Septian Dwi Cahyo
NBI : 1411506539





UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Didit Septian Dwi Cahyo
NBI : 1411506539
Fakultas : Teknik
Program Studi : Teknik Industri
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI UD. CITRA BAKERY”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 30 Juli 2019

Yang Menyatakan,

Didit Septian Dwi C

1411506539

Daftar Isi

SAMPUL HALAMAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat	2
1.4 Batasan Masalah	2
1.5 Manfaat Penelitian	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Teori.....	5
2.1.1 Pemasaran	5
2.1.2 Strategi Pemasaran	8
2.1.3 Minat Beli Konsumen	10
2.1.4 Keputusan Pembelian	11
2.2 Pentingnya Fungsi Pemasaran.....	12
2.3 Tugas-tugas Manajemen Pemasaran	14
2.4 Mengapa Perusahaan Memerlukan Strategi Pemasaran	15

2.5 Sistem Riset Pemasaran.....	16
2.6 Harga	17
2.7 Strategi Harga	18
2.7 Pertimbangan Dalam Penetapan Harga	19
2.8.1 Dasar Biaya.....	20
2.8.2 Dasar Konsumen	20
2.8.3 Dasar Persaingan	21
2.9 Jenis Strategi Harga.....	21
2.9.1 Strategi Harga Bagi Produk Baru	21
2.9.2 Strategi Harga Produk Mix	22
2.10 Penyesuaian Harga Jual	23
2.10.1 Tujuan Penetapan Harga	23
2.10.2 Strategi Penyesuaian Harga.....	24
2.11 Uji Validitas	25
2.12 Uji Reabilitas.....	27
2.13 Pengolahan dan Analisis Data.....	27
2.13.1 Regresi Linier Berganda	27
2.13.2 Uji F.....	28
2.13.3 Uji T.....	28
2.13.4 Koefesien Determinasi.....	29
2.14 Penelitian Terdahulu.....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.6 Variabel Penelitian	32

3.7 Teknik Pengujian Instrumen	33
3.7.1 Uji Validitas	33
3.7.1 Uji Reabilitas	33
3.8 Teknik Analisis Data	33
3.9 Pengujian Hipotesis	34
3.10 Analisis Koefisien Determinasi	34
3.11 Uji Multikolonieritas	34
3.12 Flowcart Penelitian	35
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	37
4.1.1 Karakteristik Responden	37
4.1.2 Data Hasil Kuisisioner.....	37
4.2 Uji Validitas Dan Realibilitas	37
4.2.1 Uji Validitas	38
4.2.2 Uji Reabilitas Data	38
4.3 Analisa Minat Beli Konsumen.....	39
4.3.1 Perhitungan Skor Pertayaan H1	40
4.3.2 Perhitungan Skor Pertayaan H2	40
4.3.3 Perhitungan Skor Pertayaan H3	41
4.3.4 Perhitungan Skor Pertayaan P1	42
4.3.5 Perhitungan Skor Pertayaan P2	42
4.3.6 Perhitungan Skor Pertayaan P3	43
4.3.7 Perhitungan Skor Pertayaan T1	43
4.3.8 Perhitungan Skor Pertayaan T2	44
4.3.9 Perhitungan Skor Pertayaan T3	45
4.3.10 Perhitungan Skor Pertayaan PR1	46

4.3.11 Perhitungan Skor Pertayaan PR2.....	46
4.3.12 Perhitungan Skor Pertayaan PR3	47
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
4.4 Hasil Pembahasan	51
 BAB 5 PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	55
BIOGRAFI.....	68

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena telah memberikan rahmat, berkah, dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan pada program Strata-1 Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini banyak sekali doa, dukungan dan bantuan dari segala pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas perlindungan, kemudahan, dan kelancaran yang diberikan selama proses penyelesaian Tugas Akhir.
2. Bapak Dr. Ir. H. Sajiyo, M.Kes selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945
3. Bapak Heri Murnawan, ST.,MT selaku kepala prodi jurusan Teknik Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945 atas dan motivasi yang diberikan.
4. Bapak Ir. Setijanen Djoko,H,M. selaku dosen pembimbing
5. Bapak/Ibu dosen pengajar Teknik Industri yang telah mendidik dan mengarahkan selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua, Rawudi dan Tikayah yang selalu mendukung dan memberi semangat.
7. Pramita Hadiani Pertiwi A.md yang selalu menemani, membantu,dan memberi semangat saya selama ini.
8. Sahabat baik saya Dito, Alex, Ari, Rizal, Angga yang selalu memberi saya motivasi, dukungan dan semangat demi terselesainya Tugas Akhir ini.
9. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2015 serta dari semua angkatan yang telah memberikan semangat dan dukungan selama kuliah.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang dapat membangun.Akhir kata semoga Tugas Akhir dapat berguna dan bermanfaat bagi semua yang membacanya

Surabaya, Juli 2019

Didit Septian Dwi Cahyo

ABSTRAK

UD. Citra Bakery merupakan perusahaan pangan yang memproduksi roti dengan berbagai macam rasa dan jenis. Salah satu permasalahan yang dihadapi pada perusahaan ini adalah yaitu strategi pemasaran yang kurang meluas. Focus pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran pada UD. Citra Bakery guna meningkatkan hasil penjualan dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan UD. Citra Bakery. Dan penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui strategi yang paling efektif dilakukan dalam meningkatkan hasil penjualan. Penelitian ini dalam analisis datanya menggunakan metode regresi. Dalam pengolahan datanya menggunakan beberapa perhitungan. Sasaran responden pada penelitian ini yaitu sebanyak 30 orang dengan responden pria berjumlah 7 orang dan perempuan sebanyak 23 orang. Data yang didapatkan dari hasil kuisisioner dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS. Dengan hasil apabila nilai harga naik satu maka minat pembeli akan menurun sebesar 0,268%. Dan didapatkan hubungan yang signifikan dalam minat beli konsumen sebab $r = 0,191$, sedangkan $R^2 = 0,036$ yang artinya ada hubungan harga pemasaran dengan minat beli konsumen.

Kata kunci : Strategi Pemasaran,Harga, UD. Citra Bakery, SPSS

ABSTRACT

UD. Citra Bakery is a food company that produces bread with a variety of flavors and types. One of the problems faced by this company is the less widespread marketing strategy. Focus on this research is to find out the marketing strategy at UD. Citra Bakery to increase sales results of products offered by the company UD. Citra Bakery. And this study also aims to find out the most effective strategy is done in increasing sales results. This research in analyzing the data uses regression method. In processing the data use several calculations. The target of the respondents in this study were as many as 30 people with male respondents totaling 7 people and women as many as 23 people. Data obtained from the results of the questionnaire continued with validity and reliability tests using the SPSS application. With the results if the price value goes up one, the buyer will decrease by 0.268%. And obtained a significant relationship in consumer buying interest because $r = 0.191$, while $R^2 = 0.036$, which means there is a relationship between marketing prices and consumer buying interest.

Keywords: Marketing Strategy, Price, UD. Citra Bakery, SPSS