

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SONGKET LEPUS SUTRA DI DESA GUNUNG BATU KECAMATAN CEMPAKA
KABUPATEN OGAN KOMERING ULU TIMUR**



Skripsi

**NAMA : Ayu Mulatina
NIM : 212015026**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

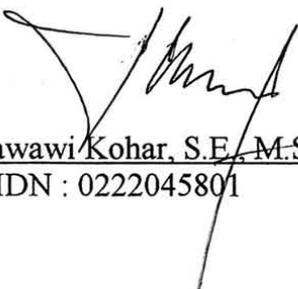
Judul: Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Songket Lepus Sutra Di Desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka
Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.

Nama : Ayu Mulatina
NIM : 212015026
Program Studi : Maajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal

Pembimbing, I

Pembimbing, II


Zawawi Kohar, S.E., M.Si
NIDN : 0222045801


Mardiana Puspasari, S.E., M.Si
NIDN : 0226107001

Mengetahui,
Dekan
U.B. Ketua Program Studi Manajemen




H.J. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN : 0216057001

PERYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Mulatina

NIM : 212015026

Konsentrasi : Pemasaran

Judul skripsi :Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Songket Di Desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana S1 baik di Universitas Muhamadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaraan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan atau gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 2020



Ayu Mulatina

ABSTRAK

Ayu Mulatina/212015026/2020/Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Songket Lepus Sutra Di Desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adakah Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Songket Lepus Sutra Di Desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Songket Lepus Sutra Di Desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif yaitu untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Populasi penelitian adalah semua masyarakat yang telah membeli songket Lepus Sutra di desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 68 responden menggunakan *purposive sampling*. Data primer sebagai dasar analisis. Teknik analisis yang digunakan adalah data kualitatif di kuantitatifkan. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh signifikan Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Songket Lepus Sutra Di Desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

PRAKATA

Bismillahirrohmanirohim

Alhamdulillahirobil'alamin, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Songket Lepus Sutra Di Desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, sebagai upaya untuk melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab, Bab 1 Pendahuluan, Bab II Landasan teori, Bab III Metodologi Penelitian, Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab V Simpulan dan Saran. Penulis menyadari bahwa tidak akan selesai jika tidak adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada Allah SWT yang selalu memberikan rezeki dan nikmat baik kesehatan jasmani maupun rohani kepada penulis dan kedua orang tua tercinta, Bapakku M. Daud Prihadi dan Ibuku Summiati , adikku tersayang, dan suamiku tercinta, beserta saudara dan teman-temanku yang telah memberikan semangat. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada bapak Zawawi Kohar, S.E., M.Si dan ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si yang telah membimbing dan memberikan

masukan guna menyelesaikan skripsi ini. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak DR.H.Abid Djazuli, S.E., M.M, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf dan karyawan.
2. Bapak Drs.H.Fauzi Ridwan, S.E., M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Ibu H.J. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si dan ibu Diah Isnaini Asiati, S.E, M.M selaku ketua dan wakil jurusan prodi akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Yudha Mahrom, DS, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing akademik.
5. Bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis beserta para staf dan karyawan.
6. Semua pihak

Semoga Allah membalas budi baik atas seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca dan berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan saya ucapkan terima kasih.

Palembang, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PRAKATA	v
HALAMAN DAFTAR ISI	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	7
A. Landasan Teori	7
B. Penelitian Sebelumnya	30
C. Kerangka Pemikiran	32
D. Hipotesis	32
BAB III. METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi Penelitian.....	34
C. Operasionalisasi Variable.....	34

D. Populasi dan Sampel	35
E. Data Yang Diperlukan.....	36
F. Metode Pengumpulan Data	37
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	38
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
B. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	71
A. Simpulan	71
B. Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan disiplin ilmu yang sangat luas. Aktivitas pemasaran dimulai sejak dilakukan identifikasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, belajar secara bertahap sampai pada terwujudnya barang dan jasa yang sesuai kebutuhan dan keinginan yang dimaksud. Dalam proses tersebut banyak rangkaian kegiatan yang kompleks mulai dari pemunculan gagasan/ide produk, penentuan pasokan sumber bahan bakunya, analisis sumber daya manusia yang di perlukan, langkah-langkah proses produksinya, pendanaannya sampai barang siap dikonsumsi oleh konsumen.

Perusahaan berlomba-lomba menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar (konsumen) yang semakin beragam. Pemasaran merupakan salah satu faktor yang penting dalam perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan jantung dalam kehidupan perusahaan. Kegiatan pemasaran dapat dilihat sebagai suatu siklus yang bertujuan untuk memberikan keputusan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen akan produk maupun jasa dalam kehidupannya.

Keputusan pembelian adalah sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. (Etta dan Sopiah,2013:120). Tingginya tingkat persaingan baik untuk produk yang serupa maupun produk yang berbeda, menyebabkan konsumen bertindak selektif dalam melakukan keputusan pembelian. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk dapat mengikuti kegiatan dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks. Untuk itu, perusahaan harus memahami perilaku konsumen dalam menentukan keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk agar perusahaan dapat bertahan dipasar dan memenangkan persaingan usaha.

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas sesuatu produk atau jasa atau dari jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2008:340). Juga menurut Tjiptono (2008:151), harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Promosi merupakan semua jenis kegiatan pemasaran yang ditunjukkan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual (Etta dan Sopiah, 2013:18). Kotler dan Keller (2009:219) mengemukakan promosi penjualan (sales promotion) merupakan bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagai besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau pedagang.

Usaha songket secara umum di desa Gunung Batu merupakan salah satu usaha masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup dan juga desa Gunung Batu tersebut sangat dikenal dengan desa pengrajin tenun songket. Songket lepas sutra ini merupakan suatu produk unggulan yang ada di desa Gunung Batu kecamatan Cempaka kabupaten OKU Timur. Songket lepas sutra ini tidak kalah menarik dari songket lainnya di Sumatera Selatan, bisa dilihat dari motifnya yang menggambarkan seni budaya seperti rumah adat dan lain-lain. Dari segi permodalan dan pembuatan tidak ada masalah, namun dari segi pemasaran saja yang masih harus terus diperkenalkan ke masyarakat umum. Jauh ke dalam ranah persaingan usaha songket saat ini terdapat beberapa merek dalam usaha songket yang sangat menonjol dalam persaingannya memperebutkan konsumen terutama di Sumatera Selatan, merek usaha songket tersebut diantaranya : songket mama papa, songket teretes, songket limar, songket tawur, dan lain-lain. Salah satu usaha yang menjadi *market leader* dengan kain songket ialah Songket Lepas Sutra.

Songket lepas super telah melakukan penjualan produknya, harga satu lembar songket Rp. 2.000.000. Gambaran penjualan songket lepas sutra dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel : 1.1
Data Penjualan Songket Lepas Sutra

Tahun	Lembar	Hasil Penjualan
2017	20 kain	Rp. 40.000.000
2018	30 kain	Rp. 60.000.000
2019	24 kain	Rp. 48.000.000
Total	74 kain	Rp. 148.000.000

Sumber : Songket Lepas Sutra Di Desa Gunung Batu, 2019

Produk kain songket lepas sutra di desa Gunung Batu terhitung dari tahun 2017-2019 berfluktuasi (naik turun), pada tahun 2017 produk kain tenun songket sebanyak 20 kain, pada tahun 2018 produk kain tenun songket sebanyak 30 kain dan pada tahun 2019 produk kain tenun songket sebanyak 24 kain.

Berikut ini hasil wawancara awal penulis terhadap 30 responden pembeli songket lepas sutra di desa Gunung Batu kecamatan Cempaka kabupaten Ogan Komering Ulu Timur berdasarkan indikator-indikator dari Keputusan Pembelian, Harga, dan Promosi.

Tabel I.2
Hasil Wawancara Pendahuluan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Songket lepas sutra memiliki banyak macam jenis	22	8
2.	Songket lepas sutra memiliki banyak macam motif	20	10
3.	Merek songket lepas sutra banyak diminati pembeli	23	7
4.	Metode pembayaran mudah dilakukan	25	5
5.	Songket lepas sutra bisa bertahan puluhan tahun	27	3
6.	Bentuk songket yang sangat menarik	21	9
7.	Kain songket lepas sutra lembut	24	6
8.	Harga songket lepas sutra sangat terjangkau	9	21
9.	Harga yang ekonomis	5	25
10.	Harga songket lepas sutra tidak terpaut jauh dengan songket yang lain	6	24
11.	Harga songket lepas sutra bersaing dengan songket yang lain	5	25
12.	Harga songket lepas sutra sesuai dengan motif dan kerapatan yang diinginkan	20	10
13.	Harga songket lepas sutra sesuai dengan kualitas	22	8
14.	Iklan songket lepas sutra ada dimana-mana	10	20
15.	Promosi yang dilakukan tepat pada sasaran	23	7
16.	Membeli songket karena tertarik dengan tekstilnya yang mewah	15	15
17.	Sering melihat iklan songket lepas sutra di televisi	5	25
18.	Songket melakukan promosi pada waktu yang lama	15	15

Sumber : Hasil Pra Riset di Desa Gunung Batu, Kecamatan Cempaka, Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, 2019

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa dari sisi produk, songket lepas sutra sudah dinilai baik oleh konsumen, ini dapat dilihat dari pertanyaan 1-7 rata-rata konsumen menjawab iya, yang berarti bisa disimpulkan bahwa kain lepas sutra memiliki banyak macam jenis, banyak macam motif, banyak diminati konsumen, metode pembayaran mudah, awet, dan menarik.

Dari sisi harga bahwa songket lepas sutra dinilai kurang baik oleh konsumen dapat dilihat dari pertanyaan 8-11 rata-rata menjawab tidak, yang berarti bisa disimpulkan bahwa songket lepas sutra sangat terjangkau, harga ekonomis, harganya tidak terpaut jauh dengan songket yang lain, harga yang bersaing dengan songket yang lain. Dan pada pertanyaan 12-13 menjawab iya, yang berarti bisa disimpulkan bahwa harga songket lepas sutra sesuai dengan motif dan kerapatan, dan harga songket lepas sutra sesuai dengan kualitas.

Dalam sisi promosi bahwa songket lepas sutra dinilai kurang baik pada pertanyaan 14 bahwa 10 orang rata-rata menjawab tidak, yang berarti bisa disimpulkan bahwa iklan songket lepas sutra promosinya belum banyak, pada pertanyaan 15 rata-rata menjawab iya, yang berarti bisa disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan tepat pada sasaran, pada pertanyaan 16 jawabannya seimbang, yang berarti bisa disimpulkan bahwa tertarik membeli songket lepas sutra dengan tekstilnya yang mewah, pada pertanyaan 17 rata-rata menjawab tidak, yang berarti bisa disimpulkan bahwa iklan songket lepas sutra ada pada televisi, dan pada pertanyaan 18 jawabannya seimbang, yang berarti bisa disimpulkan bahwa songket melakukan promosi pada waktu yang lama.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul : **Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Songket Lepas Sutra Di Desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas tersebut, maka dirumusan masalah dalam penelitian ini adakah pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Songket Lepas Sutra Di Desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Songket Lepus Sutra Di Desa Gunung Batu Kecamatan Cempaka Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh bagi beberapa pihak yaitu :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran praktik dan teori selama yang ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Usaha Songket Gunung Batu OKU Timur

Hasil penelitian ini dapat mengembangkan usaha songket di desa gunung batu agar bisa berkembang dan diketahui oleh banyak orang.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik yang relatif sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Danang Sunyoto. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Januari 2013. PT.Sarana Tutorial Nurani Sejahtera*. Bandung
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013) *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:Andi
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta:Andi
- Nembah F. Hartimbul Ginting. (2011) *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Cv. Yrama Widya
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi Keduabelas. Erlangga*. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas, Jakarta:Erlangga.
- m. Iqbal Hasan. 2012. *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Edisi Kedua. Jakarta:Bumi Aksara.
- M Iqbal Hasan. 2014. *Statistik 2*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Sugiyono, 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sofjan Assauri. 2004. *Manajemen produksi dan operasi*. Lembaga penerbit, fakultas ekonomi universitas indonesia
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke 13 Bandung CV Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfal Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Ujang Sumarwan (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia
- Wiratna Sujarweni. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press