

**HUBUNGAN HARGA, CITRA MEREK DAN DISTRIBUSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM MEMBELI
TEPUNG DI PT.WELHAP CAHAYA SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Wulan Wijayati

NIM : 01212077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN-FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA - SURABAYA
2016**

**HUBUNGAN HARGA, CITRA MEREK DAN DISTRIBUSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM MEMBELI
TEPUNG DI
PT. WELHAP CAHAYA SURABAYA**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Derajat Sarjana Ekonomi*



Oleh :

Wulan Wijayati

01212077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN-FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS**

UNIVERSITAS NAROTAMA - SURABAYA

2016

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wulan Wijayati

Nim : 01212077

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

Hubungan Harga, Citra Merek dan Distribusi terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli tepung di PT Welhap Cahaya Surabaya.

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan semestinya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

PRO PATRIA

Surabaya, 6 Agustus 2016

WULAN WIJAYATI

1212077

PERSETUJUAN SKRIPSI

**HUBUNGAN HARGA, CITRA MEREK DAN DISTRIBUSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM MEMBELI
TEPUNG DI
PT. WELHAP CAHAYA SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

WULAN WIJAYATI

01212077

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING

(Drs.Ec, I NYOMAN SUDAPET, SE., MM)
2016

TANGGAL 6 AGUSTUS

PRO PATRIA

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN

(I Gede Arimbawa, SE.,MM)
2016

TANGGAL 6 AGUSTUS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI SABTU, TANGGAL 6 AGUSTUS 2016

Judul Skripsi : **HUBUNGAN HARGA, CITRA MEREK DAN
DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DALAM MEMBELI TEPUNG DI PT
WELHAP CAHAYA SURABAYA**

Disusun Oleh : Wulan Wijayati

NIM : 01212077

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

1. Dr. Arasy Alimudin, SE., MM
2. Drs.Ec, I Nyoman Sudapet, SE., MM
3. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wulan Wijayati

NIM : 01212077

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

HUBUNGAN HARGA, CITRA MEREK DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM MEMBELI TEPUNG DI PT WELHAP CAHAYA SURABAYA.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan namun saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya

Pada tanggal : 6 Agustus 2016

Yang Menyatakan,

(Wulan Wijayati)
01212077

ABSTRAK

HUBUNGAN HARGA, CITRA MEREK DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM MEMBELI TEPUNG DI PT WELHAP CAHAYA SURABAYA

Oleh:

WULAN WIJAYATI

Dosen Pembimbing

I NYOMAN SUDAPET,SE.,MM/

HAMZAH DENNY SUBAGIO,SE.,MM

Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan paradig lama dalam segala bidang pemasaran. Persaingan bisnis dalam perkembangan di era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat serta tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis. Munculnya minat beli berasal dari pencarian informasi terkait pengetahuan dan manfaat produk. Intensitas pencarian informasi membuat orang selalu mencari informasi mengenai suatu produk. Hal ini menunjukkan pertanda bahwa orang itu memiliki minat beli yang tinggi. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui hubungan harga, citra merek dan distribusi terhadap minat beli konsumen dalam membeli tepung di PT Welhap Cahaya Surabaya. populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen PT Welhap Cahaya Surabaya yang tidak diketahui pasti jumlahnya. Pengumpulan sampel menggunakan accident sampling sebanyak 100 orang namun hanya 96 responden yang didapat dalam penelitian ini. Metode dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Teknik analisis yang digunakan korelasi. Dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 16 menunjukkan bahwa Harga berhubungan positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Citra Merek berhubungan positif dan signifikan terhadap minat beli. Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : *Harga, Citra Merek, dan Distribusi terhadap Minat Beli.*

ABSTRACT

RELATIONSHIP PRICE, BRAND IMAGE AND DISTRIBUTION OF CONSUMER INTEREST IN BUYING BUY MEAL IN PT WELHAP CAHAYA SURABAYA

By:
WULAN WIJAYATI

Advisor Lecturer
NYOMAN Sudapet, SE., MM /
DENNY HAMZAH Subagio, SE., MM

The era of globalization has long demanded a paradigm change in all areas of marketing. Business competition in the development in the era of globalization requires companies to be able to act and act quickly and precisely in facing competition in the business environment. The emergence of buying interest comes from search-related information and the knowledge of the benefits of the product. The intensity of the search information to make people are always looking for information about a product. This shows a sign that the person has a high buying interest. This study aimed to determine the relationship of price, brand image and distribution on consumer buying interest in buying flour in PT Welhap Cahaya Surabaya. Population used in this study are all consumers PT Welhap Cahaya Surabaya of uncertain amount. Sample collection using sampling accident about 100 people, but only 96 respondents obtained in this study.

The method in this study using a questionnaire. Correlation analysis technique used.

From the analysis using SPSS version 16 indicates that the price associated positive and significant impact on consumer purchase interest. Brand image associated positive and significant buying interest. The distribution of positive and significant impact on consumer buying interest.

Keywords: Price, Brand and Distribution of the Interests Buy.

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR

| | |
|------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| HALAMAN ABSTRAK..... | viii |
| HALAMAN ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I : PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 5 |
| 1.5 Batasan Penelitian..... | 6 |
| BAB II : TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 7 |
| 2.2 Rerangka Teori | 13 |

| | |
|---|----|
| 2.2.1 Minat Beli | 13 |
| 2.2.2 Harga | 15 |
| 2.2.3 Citra Merek | 16 |
| 2.2.4 Distribusi | 19 |
| 2.2.5 Pemasaran..... | 20 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 22 |
| 2.4 Hipotesis | 23 |
| BAB III : METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Pendekatan Penelitian..... | 24 |
| 3.2 Populasi dan Sampel..... | 24 |
| 3.2.1 Populasi | 24 |
| 3.2.2 Sampel | 24 |
| 3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data | 25 |
| 3.3.1 Jenis Data..... | 25 |
| 3.3.2 Sumber Data | 25 |
| 3.3.3 Teknik Pengambilan Data | 26 |
| 3.4 Variabel dan Definisi Operasional | 27 |
| 3.4.1 Variabel Penelitian | 27 |
| 3.4.2 Definisi Operasional | 27 |
| 3.5 Desain Instrumen Penelitian..... | 30 |
| 3.6 Teknik Analisa Data | 31 |
| 3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian | 31 |
| 3.6.2 Analisa Korelasi Rank Spearman | 33 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 3.6.3 Uji Signifikansi..... | 35 |
|-----------------------------|----|

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan | 37 |
| 4.1.1 Profil Perusahaan..... | 37 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan..... | 37 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi..... | 38 |
| 4.1.4 Uraian Tugas | 39 |
| 4.2 Deskripsi Penelitian | 41 |
| 4.2.1 Deskripsi Responden..... | 41 |
| 4.2.2 Deskripsi Variabel..... | 45 |
| 4.3 Analisa Data dan Pengujian Hasil Hipotesis | 52 |
| 4.3.1 Uji Validitas..... | 52 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas..... | 55 |
| 4.3.3 Analisa Korelasi Rank Spearman..... | 56 |
| 4.3.4 Hasil Pengujian Hipotesis Uji t..... | 60 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 63 |

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 65 |
| 5.2 Saran | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 67 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 70 |
| LAMPIRAN | 71 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 : Data Penjualan Tepung di PT Welhap Cahaya Surabaya | 2 |
| Tabel 1.2 : Daftar Harga Tepung | 3 |
| Tabel 2.1: Matrik Penelitian Terdahulu | 12 |
| Tabel 3.1 : Desain Instrumen Penelitian | 30 |
| Tabel 3.2 : Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 35 |
| Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 42 |
| Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 43 |
| Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 44 |
| Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Status | 45 |
| Tabel 4.5 : Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga | 46 |
| Tabel 4.6 : Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek..... | 48 |
| Tabel 4.7 : Jawaban Responden Terhadap Variabel Distribusi | 49 |
| Tabel 4.8 : Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli..... | 51 |
| Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1), Citra Merek (X2), Distribusi (X3) | 53 |
| Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli..... | 55 |

Tabel 4.11 : Hasil Uji Reliabilitas.....56

Tabel 4.12 : Analisa Korelasi Rank Spearman57



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 : Tahapan Minat Beli Konsumen | 15 |
| Gambar 2.2 : Kerangka Berpikir Penelitian | 23 |
| Gambar 3.1 : Uji t..... | 36 |
| Gambar 4.1 : Struktur Organisasi PT Welhap Cahaya | 39 |
| Gambar 4.2 : Kurva Distribusi Uji t Hubungan Harga (X1) dengan Minat Beli (Y)..... | 61 |
| Gambar 4.3 : Kurva Distribusi Uji t Hubungan Citra Merek (X2) dengan Minat Beli (Y)..... | 62 |
| Gambar 4.4 : Kurva Distribusi Uji t Hubungan Distribusi (X3) dengan Minat Beli (Y)..... | 63 |



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Persetujuan Dari Perusahaan

Lampiran 2 : Kuisisioner71

Lampiran 3 : Rekapitan Jawaban Responden.....77

Lampiran 4 : Deskripsi Hasil Responden.....85

Lampiran 5 : Mean dan Frekuensi Tabulasi Data Responden87

Lampiran 6 : Uji validitas106

Lampiran 7 : Uji Reliabilitas.....108

Lampiran 8 : Uji Korelasi Rank Spearman114

Lampiran 9 : Tabel t.....115

Lampiran 10 : Tabel r.....116



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis korelasi yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi konsumen terhadap minat beli konsumen dalam membeli tepung di PT Welhap Cahaya Surabaya. Maka dapat disimpulkan bahwa keempat faktor yakni : harga, citra merek dan distribusi berhubungan positif dan signifikan terhadap minat beli dalam pembelian tepung.
2. Dari hasil pengujian koefisien Correlation Coefficient (koefisien korelasi) dari Harga (X1) sebesar 0,664, maka nilai ini menandakan adanya hubungan yang tinggi dan searah (positif) antara Harga (X1) dan Minat Beli (Y). Kemudian nilai sig. (2-tailed) dari Harga (X1) $0,000 < 0,05$, sebagaimana dasar minat beli konsumen dalam membeli tepung di atas dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang tinggi dan signifikan antara Harga (X1) dan Minat Beli (Y).
3. Dari hasil uji t ,Untuk variabel Distribusi (X3) koefisien korelasinya sebesar 0,905 dan jumlah sampelnya sebanyak 96 berhubungan paling dominan dengan minat beli karena berhubungan dominan dengan minat beli.

5.2. Saran-saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan maka dapat diberikan saran-saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan, yaitu :

1. Disarankan kepada perusahaan untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat beli konsumen. Perusahaan harus lebih kreatif dan inovatif dalam menemukan ide baru dalam persaingan pemasaran dengan perusahaan lainnya yang sejenis.
2. Disarankan pula agar perlunya perusahaan tetap menjaga hubungan dan kerjasama yang terbina dengan baik kepada setiap pelanggan khususnya dengan distributor atau kontraktor/pengembang.
3. Mengingat bahwa faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli dalam membeli tepung adalah distribusi, maka disarankan agar perlunya memperhatikan dan meningkatkan saluran distribusi dalam penjualan tepung, hal ini dimaksudkan agar pelanggannya semakin banyak serta memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian tepung.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David. 1991. *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of Brand*.

New York

Boyd, Harper W., Jr., Walker, Orville C., Jr. dan Larrecne, Jean-Claude. 2000.

Manajemen Pemasaran (Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global). Jilid 2. Edisi Kedua. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Davis, S. M 2006. *Brand Asset Managemen*. California.

Ferdinand, A. T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua. Semarang.

Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*.

Semarang. Penerbit Universitas Diponegoro

Hariadi, Doni. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan*

Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. Sumber Jurnal

Ilmu dan Riset Manjemen, Volume 1 No.1 Januari 2013

Haryanto, Edi. 2013. *Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya*

terhadap kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat

Manado. Sumber Jurnal EMBA, Vol 1 No.3 September 2013, hal. 750-760.

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. Jilid 1. Edisi Kesebelas. Jakarta.

Penerbit Erlangga.

Peter, J Paul dan Jerry C. 2003. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.

Edisi Keempat. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Sastradipoera, Komarudin. 2003. *Manajemen Marketing, Suatu Pendekatan Ramuan Marketing*. Penerbit Kapa Sigma. Jakarta.

Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Penerbit Prenada Media. Jakarta.

Setyo Wibowo Ferry dan Sasmita Indra. 2013. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol 4 No. 2.

Soeharto, Iman. 1999. *Manajemen Proyek (Dari Konseptual Sampai Operasional)*. Jilid 1. Edisi Kedua. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Cetakan Keempat. Bandung. Penerbit Alfabetha.

Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*. Yogyakarta. Liberty.

Tan, Rediono Erwin. 2011. *Pengaruh Faktor Harga, Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen untuk Belanja di Alfamart Surabaya*.

Sumber Jurnal Kewirausahaan, Volume 5 No.2 Desember 2011.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, G. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta. Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Total Quality Service*. Yogyakarta Penerbit Andi Offset.

Walizer, Michael H & Paul L. Wiener. 1991. *Metode dan Analisa Penelitian : Mencari Hubungan*. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Widowati Maduretno. 2010. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Merek terhadap Penjualan Barang Farmasi di PT Anugrah Pharmindo Lestari*. Fokus Ekonomi, Volume 5 No.1 Juni 2010, hal 55-69.

Wijaya Mohammad H.P. *Promosi, Citra Merek dan Saluran Distribusi Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di Kota Manado*. Sumber Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 Desember 2013, hal 105-114.

