

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan petunjuk dan limpahan taufik serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi dengan judul "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Original Jersey* Persib Bandung" disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademis dalam penyelesaian jenjang studi S-1 jurusan Administrasi Bisnis pada Universitas Telkom.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Maka, dalam kesempatan ini dengan segala ketulusan serta kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Papa dan Mama tercinta, yang dari jauh sana selalu menguntai doa akan yang terbaik bagi keberhasilan anaknya yang tengah berjuang demi masa depannya. Begitu banyak yang telah papa dan mama korbakan dan nasihatkan, semoga semua itu dapat menjadi bekal yang tidak pernah usang dalam perjalanan hidup anakmu ini. Serta kepada adik tercinta yang selalu mendukung dan memberi semangat.
2. Bapak Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kontribusi yang besar untuk meluangkan waktunya dalam membimbing, memberi arahan, masukan, nasehat, dan ilmu dengan sabar dan bijaksana sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan benar.
3. Pihak Management PT.Persib Bandung Bermartabat, khususnya Bapak Budhi Bram Rachman dan Kang Unang yang telah membantu dalam melakukan penelitian ini.
4. Ibu Peggy Hariawan, S.E., M.T., MBA. dan Ibu Kristina Sisilia, ST., MBA. sebagai dosen penguji sidang skripsi yang telah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat Adbis D 2010 dan Kakak-kakak yang telah memberikan masukan dan dukungan kepada penulis selama melakukan penelitian ini.

6. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom yang telah memberikan masukan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan semangat yang tak kalah besarnya.

Semoga segala bentuk bantuan yang diberikan kepada penulis menjadi amal ibadah dan mendapat balasan yang sebesar-besarnya dari Allah SWT.

Akhir kata, penulis mohon maaf jika terdapat kekurangan dan keterbatasan atas penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk seluruh pihak dan berguna untuk penelitian yang akan datang.

Bandung, 25 Agustus 2014

Candra Gunawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Aspek Teoritis	8
1.5.2 Aspek Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	11
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11
A. Pengertian Pasar dan Konsep Pemasaran	12
B. Manajemen Pemasaran.....	14
C. Bauran Pemasaran	15

D. Bauran Promosi.....	16
E. Strategi Pengembangan Promosi dan Komunikasi yang Efektif	22
F. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi	23
G. Tahap-Tahap Pelaksanaan Promosi.....	28
I. Pengertian Produk.....	30
H. Atribut Produk	31
J. Tingkatan Produk	32
K. Klasifikasi Produk	32
L. Pengertian Keputusan Pembelian.....	34
2.1.2 Penelitian Terdahulu	34
2.2 Kerangka Pemikiran	44
2.3 Hipotesis	45
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Variabel Operasional	48
3.2.1 Skala Pengukuran	49
3.3 Tahapan Penelitian	50
3.4 Populasi dan Sampel	51
3.5 Pengumpulan Data	52
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.6.1 Uji Validitas	54
3.6.2 Uji Reliabilitas	56
3.7 Teknik Analisis Data	57
3.7.1 Analisis Deskriptif	57
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval</i>	58
3.7.3 Analisis Regresi Berganda	58

3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.7.5 Uji Hipotesis	60
3.7.6 Koefisien Determinasi	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Karakteristik Responden	64
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.2 Berdasarkan Usia	65
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan	65
4.1.4 Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	66
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Analisis Deskriptif Bauran Promosi	67
4.2.1.1 Advertising	67
4.2.1.2 Sales Promotion	69
4.2.1.3 Personal Selling	71
4.2.1.4 Public Relation.....	72
4.2.1.5 Direct Marketing.....	74
4.2.2 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	76
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	79
1. Uji Normalitas.....	79
2. Uji Multikolinearitas.....	82
3. Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	85
4.2.5 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	87
4.2.6 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	89
4.2.7 Koefisien Determinasi.....	91
4.3 Pembahasan Penelitian.....	91

BAB V Kesimpulan Dan Saran.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Bagi PT.Persib Bandung Bermartabat.....	94
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Jersey Persib Bandung	4
Tabel 1.2 Ringkasan Volume Penjualan Jersey Persib Bandung 2013.....	6
Tabel 2.1 Media Bauran Promosi.....	21
Tabel 2.2 Skripsi Terdahulu.....	36
Tabel 2.3 Jurnal Nasional.....	39
Tabel 2.4 Jurnal Internasional	42
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	48
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Operasional.....	55
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Koefisien Alpha.....	56
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Advertising.....	67
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sales Promotion ...	69
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Personal Selling ..	71
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Public Relation....	73
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Direct Marketing..	74
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	76
Tabel 4.7 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	82
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Uji F.....	90
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi PT.Persib Bandung Bermartabat.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	45
Gambar 3.1 Flowchart Metodologi Penelitian.....	50
Gambar 3.2 Garis Kontinum.....	58
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatn Perbulan.....	67
Gambar 4.5 Garis Kontinum Advertising.....	69
Gambar 4.6 Garis Kontinum Sales Promotion.....	72
Gambar 4.7 Garis Kontinum Personal Selling.....	73
Gambar 4.8 Garis Kontinum Public Relation.....	76
Gambar 4.9 Garis Kontinum Direct Marketing.....	79
Gambar 4.10 Garis Kontinum Keputusan Pembelian.....	80
Gambar 4.11 Histogram.....	81
Gambar 4.12 Garis Normal P-Plot.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Succesive Interval

Lampiran 4 T Tabel dan F Tabel

Lampiran 5 Output SPSS