

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI**

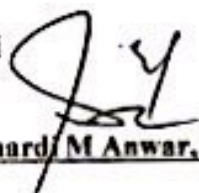
**STRATEGI PENETAPAN HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM  
DALAM KEMASAN DI PT. ASERA TIRTA POSIDONIA  
KOTA PALOPO**

Di susun dan diajukan oleh


**FIKRAM  
201820016**

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
Pada tanggal 25 Agustus 2022

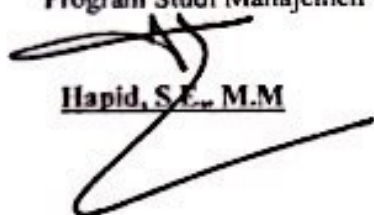
Pembimbing I

  
**Prof. Dr. Suhardi M Anwar, Drs., M.M.**

Pembimbing II

  
**Dr. Muchtar Surullah, M.Si.**

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi Manajemen

  
**Hapid, S.E., M.M**

Ketua Program Studi  
Manajemen

  
**Imran Fikri, S.E., M.M**

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI****SKRIPSI****STRATEGI PENETAPAN HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALA  
KEMASAN DI PT. ASERA TIRTA POSIDONIA KOTA  
PALOPO**

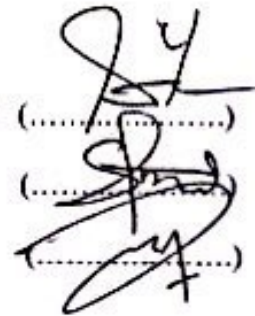
Disusun dan diajukan oleh

**FIKRAM  
201820016**

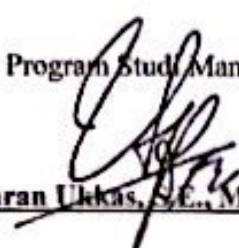
Telah dipertahankan dalam ujian skripsi pada tanggal 25 Agustus 2022 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

**Susunan Dewan Penguji**

1. Penguji : Prof. Dr. Suhardi M Anwar, Drs.,M.M (.....)
2. Penguji : Samsinar, S.Pd, M.Pd (.....)
3. Penguji : Muhammad Kasran, S.E, M.M (.....)



Ketua Program Studi Manajemen

  
**Imran Ulhas, S.E., M.M**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Nama : Fikram

Nim : 201820163

Program studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul: STRATEGI PENETAPAN HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN DI PT. ASERA TIRTA POSIDONIA KOTA PALOPO. Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat secara keseluruhan atau sebagian dari skripsi dan karya tulis ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku ( dicabut predikat kelulusan dan gelar keserjanaan saya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Palopo, 29 Agustus 2022

Pembuat Pernyataan

  
**FIKRAM**  
Nim: 201820112

  
METERAI  
TEMPEL  
E227AKX119420704

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : FIKRAM
2. Tempat Tanggal Lahir : LANGKIDI, 15 OKTOBER 2000
3. Agama : ISLAM
4. Pekerjaan : MAHASISWA
5. Alamat rumah : DESA JAMBU KEC.BAJO
6. No. Telp/Hp : 081242004588

### 2. Data Orang Tua

1. Nama Ayah : SUNARDI
2. Nama Ibu : NAIMA

### 3. Pendidikan

1. SDN 38 JAMBU : Tamat tahun 2012
2. SMP MUHAMMADIYAH BAJO : Tamat tahun 2015
3. SMKN 1 BELOPA : Tamat tahun 2018



## PRAKATA

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul "Strategi Penetapan Harga, Lokasi, Dan Promos Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di PT. Asera Tirta Posidonia Kota Palopo". Penulisan dari skripsi ini diharapkan dapat berguna serta bermanfaat bagi pembaca dan menambah wawasan penulis. Selain dari pada itu, penelitian ini dilakukan untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai gelar sarjana (S1) pada Universitas Muhammadiyah Palopo.

Shalawat serta salam senantiasa tetap tercurah kepada baginda Nabi Muhammad Saw. dimana Nabi yang telah menjadi suri tauladan dan rahmat bagi seluruh alam, sehingga rahmatnya dapat dirasakan kepada penulis yang In shaa Allah akan selalu taat dan patuh pada ajaran yang dibawakan.

Skripsi ini disusun dikarenakan penulis mempunyai keinginan untuk membuat sebuah karya tulis ilmiah atas segala ilmu dan pengalaman yang telah diperoleh melalui proses selama menuntut ilmu sebagai mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Palopo, walaupun karya ini sangat sederhana namun semoga dapat memberikan manfaat kepada para pembaca, dan penulis akan selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik.

Seusainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk dorongan, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Allah SWT yang selalu memberikan saya nikmat kesehatan dan memberikan Rahmat-Nya disetiap aktivitas yang saya lakukan.
- 2) Kedua Orang tua, saudara dan semua keluarga yang selalu mendukung serta tak henti-hentinya mendoakan saya demi kelancaran dan kesuksesan penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 3) Bapak Dr. Salju, S.E, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo.
- 4) Bapak Hapid, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.
- 5) Bapak Imran Ukas, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
- 6) Bapak Prof. Dr.Suhardi M Anwar, Drs., M.M., selaku pembimbing pertama yang telah sangat sabar memberikan masukan dan arahan kepada penulis sehingga mulai dari penyusunan proposal hingga penelitian sampai selesainya skripsi ini.
- 7) Bapak Dr. Muchtar Surullah, M.Si., selaku pembimbing kedua yang telah sangat sabar memberikan masukan dan arahan kepada penulis sehingga mulai dari penyusunan proposal hingga penelitian sampai selesainya skripsi ini.
- 8) Segenap dosen dan staf akademik yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan pada penelitian hingga menunjang dalam skripsi.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	v
<b>PRAKATA</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Bagi Peneliti.....	6
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.3 Manfaat Praktis.....	6
1.4.4 Manfaat Kebijakan.....	7
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Strategi.....	8
2.1.2 Pengertian pemasaran.....	8
2.1.3 Prinsip-Prinsip Pemasaran.....	9
2.1.4 Strategi Pemasaran.....	10
2.1.5 Strategi Penetapan Harga.....	11
2.1.6 Strategi Penetapan Lokasi.....	12
2.1.7 Strategi Promosi.....	13
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Konseptual.....	20
2.4 Hipotesis.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	23
3.1 Desain Penelitian.....	23
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	23
3.3 Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling.....	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel.....	24
3.3.3 Teknik Sampling.....	24
3.4 Jenis Dan Sumber Data.....	25
3.4.1 Jenis Data.....	25

3.4.2 Sumber Data.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.6 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional .....	27
3.6.1 Variabel Penelitian.....	27
3.6.2 Definisi Operasional .....	28
3.7 Instrumen Penelitian.....	28
3.8 Teknik Analisis Data .....	29
3.8.1 Uji Kualitas Data.....	29
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	33
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
4.2 Deskripsi Data .....	34
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden .....	35
4.2.2 Instrumen Penelitian .....	41
4.3 Uji Data .....	43
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.3.2 Uji Hipotesis .....	45
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	48
4.4.1 Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.4.2 Strategi Penetapan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.4.3 Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.4.4 Strategi Penetapan Harga, lokasi, promosi Terhadap Keputusan .....	51
<b>BAB V PENUTUPAN.....</b>	<b>52</b>
5.1 Kesimpulan .....	52
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>54</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	31
Tabel 4. 1 Pengumpulan Data Primer Penelitian .....	35
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	36
Tabel 4. 5 Deskriptif Responden Variabel Harga .....	37
Tabel 4. 6 Deskriptif Responden Variabel Lokasi .....	38
Tabel 4. 7 Deskriptif Responden Variabel Promosi .....	39
Tabel 4. 8 Deskriptif Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	40
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4. 11 Analisis Linear Berganda .....	44
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	45
Tabel 4. 13 Uji Statistik F .....	46
Tabel 4. 14 Uji Statistik t .....	47

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	20
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi .....	34

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kusioner Penelitian .....	57
Lampiran 2 Rekapitulasi jawaban .....	63
Lampiran 3 Hasil uji Deskriptif .....	67
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	77
Lampiran 5 Hasil Uji reliabilitas .....	81
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	82



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penetapan harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan di PT. Asera Tirta Posidonia Kota Palopo. Variabel independen yang digunakan adalah penetapan harga, lokasi dan promosi variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan tambahan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen air minum dalam kemasan di PT. Asera Tirta Posidonia Kota Palopo berjumlah 80 orang. Alat yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini yaitu menggunakan aplikasi SPSS *type 22*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, lokasi dan promosi secara Parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : Harga, Lokasi Dan Promosi, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the pricing strategy, location, and promotion of the decision to purchase bottled drinking water at PT Asera Tirta Posidonia, Palopo City. The independent variables used are pricing, location and promotion. The dependent variable used is purchasing decisions. This study uses quantitative research methods and uses multiple linear regression analysis, with additional validity and reliability tests. The sampling technique used accidental sampling technique. Respondents in this study were consumers of bottled water at PT. Asera Tirta Posidonia Palopo City totaled 80 people. The tool used to process the data in this study is using the SPSS type 22 application. The results of this study indicate that price, location and promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords: Price, Location and Promotion, Purchase Decision**

PAPER NAME

**REVISI 1. SKRIPSI FIKRAM.pdf**

AUTHOR

**Fikram**

WORD COUNT

**10803 Words**

CHARACTER COUNT

**69617 Characters**

PAGE COUNT

**64 Pages**

FILE SIZE

**979.2KB**

SUBMISSION DATE

**Aug 3, 2022 9:41 AM GMT+8**

REPORT DATE

**Aug 3, 2022 10:15 AM GMT+8****● 33% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 33% Internet database

**● Excluded from Similarity Report**

- Publications database
- Crossref Posted Content database
- Small Matches (Less than 25 words)
- Crossref database
- Submitted Works database

