

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN BAURAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI  
CLOSE UP (Survei Pada Masyarakat JABODETABEK)**

**FAHMI ARDIANSYAH**

**1702518007**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan  
Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2021**

**THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION AND PROMOTION MIX  
ON PURCHASE DECISIONS ON CLOSE UP TOOTHPASTE  
PRODUCTS (Survey on JABODETABEK Community)**

**FAHMI ARDIANSYAH**

**1702518007**



**This scientific paper was written to fulfill one of the requirements to get an  
Associate Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta**

**MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

**FACULTY OF ECONOMY**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2021**

## **Lembar Eksekutif**

**Fahmi ardiansyah. 1702518007. Pengaruh Persepsi Harga dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Close Up (survei terhadap masyarakat Jabodetabek). Program studi D3 Manajemen pemasaran Fakultas ekonomi Universitas negeri Jakarta**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan bauran promosi terhadap keputusan pembelian pasta gigi Close Up baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan survey dengan mengumpulkan data primer. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan probability sampling dan simple random sampling, berjumlah 123 responden masyarakat jabodetabek. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif kuantitatif dan dalam penelitian dianalisis dengan uji regresi linear berganda, menggunakan program spss 20.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga dan bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pasta gigi Close Up

Kata kunci : Persepsi harga, Bauran promosi, Keputusan pembelian

## **Abstract**

**Fahmi Ardiansyah. 1702518007. The Effect of Price Perception and Promotion Mix on Purchasing Decisions of Close Up Toothpaste Products (survey of Jabodetabek community). D3 Marketing Management Study Program Faculty of Economics, State University of Jakarta**

This study aims to determine the effect of price perception and promotion mix on purchasing decisions of Close Up toothpaste, either partially or simultaneously. This study used a survey approach by collecting primary data. The sample in this study was determined by probability sampling and simple random sampling, totaling 123 respondents from the Jabodetabek community. The research method used in this research is descriptive quantitative and data in the study were analyzed by multiple linear regression test, using the SPSS 20 program.

The results of this study indicate that the perception of price and promotion mix has a positive and significant effect partially and simultaneously on the decision to buy toothpaste close-up.

Keywords: Price perceptions, Promotional mix, purchasing decisions

# Lembar Persetujuan Seminar



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surel [fe@unj.ac.id](mailto:fe@unj.ac.id) - [www.fe.unj.ac.id](http://www.fe.unj.ac.id)

## SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M.  
NIP/NIDK : 197404162006041001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Fahmi Ardiansyah  
No. Registrasi : 1702518007  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Judul Karya Ilmiah : PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN BAURAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI CLOSE UP  
(Survei Pada Masyarakat JABODETABEK)

untuk mengikuti Ujian Karya Ilmiah.

Jakarta, 25 juni 2021

Mengetahui,  
Koord. Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing

Dra Solikhah M.M  
NIP. 196206231990032001

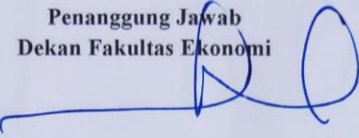





Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M.  
NIP/NIDK. 197404162006041001

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

## Lembar Pengesahan

Lembar pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
			
<u>Dr. Ari Saptono. S.E., M.pd</u>  NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP. 198404082019031003 (Ketua)	 	15 Agustus 2021
2	Dr. Cristian Wiradendi Wolor, S.E., M.B.A NIP. 199110182019031014 (Penguji ahli)		11 Agustus 2021
3	Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M NIP. 197404162006041001 (Pembimbing)		18 Agustus 2021
Nama	: Fahmi ardiansyah		
Nomor Registrasi	: 1702518007		
Program studi	: D3 Manajemen pemasaran		
Tanggal lulus	: 6 Agustus 2021		

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## Lembar Orisinilitas

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya

Nama : Fahmi ardiansyah

NIM : 1702518007

Program studi : D3 Manajemen pemasaran

Tahun akademik : 2018

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Close Up (survei pada masyarakat JABODETABEK)” ini adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan pedoman dan etika yang berlaku dalam keilmuan

Atas pernyataan ini saya siap menerima Tindakan / sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas penyalahgunaan ataupun Tindakan yang tidak sesuai dengan etika akademik dalam karya ilmiah say aini, atau terdapat klaim terhadap keaslian karya ilmiah saya ini.

Jakarta, 12 Agustus 2021

Yang menyatakan

**Fahmi Ardiansyah**

**1702518007**

## **Kata Pengantar**

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya dan juga memberikan kelancaran serta kemudahan dalam menyelesaikan Karya Ilmiah ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Close Up (survei pada masyarakat JABODETABEK)” dengan tepat waktu Dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Diploma pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing dalam Karya ilmiah ini yaitu kepada:

1. Tuhan yang maha esa, atas berkat rahmatNya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan laporan praktik kerja lapangan
2. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa restu dan dukungan moril dan materiil
3. Bapak Dr. Ari Saptono, SE., MPd selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Ibu Dra Solikhah M.M selaku koordinator program studi D3 Manajemen pemasaran
5. Bapak Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M selaku dosen pembimbing penulis



6. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu, selama Penulis berada di bangku perkuliahan
7. Kawan D3 Manajemen pemasaran B 2018, terkhusus Via liana, Fenadya dan Sukandi yang telah memberi dukungan dan semangat penulis

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan ini karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini. Semoga Karya ilmiah ini dapat berguna bagi Penulis dan pembaca.

Jakarta, Maret 2021

penulis

## Daftar Isi

Lembar Eksekutif .....	i
Abstract.....	ii
Lembar Persetujuan Seminar .....	iii
Lembar Pengesahan.....	iv
Lembar Orisinilitas.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar .....	ix
Daftar Tabel.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>C. Tujuan dan manfaat penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>7</b>
<b>A. Kajian teoritis.....</b>	<b>7</b>
<b>B. Kerangka berpikir .....</b>	<b>20</b>
<b>C. Metodologi penulisan.....</b>	<b>22</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>A. Deskripsi kasus .....</b>	<b>30</b>
<b>B. Analisis kasus.....</b>	<b>30</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>55</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>55</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>56</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>

## Daftar Gambar

<b>Gambar II. 1 : Kerangka berpikir</b> .....	21
<b>Gambar L. 1 Usia responden</b> .....	74
<b>Gambar L. 2 : Jenis kelamin responden</b> .....	75
<b>Gambar L. 3 : Domisili responden</b> .....	75

## Daftar Tabel

<b>Tabel I. 1 : Prosentase kepopuleran merek pasta gigi di Indonesia .....</b>	<b>2</b>
<b>Tabel I. 2 : Top brand Index pasta gigi.....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel I. 3: daftar harga pasta gigi yang beredar .....</b>	<b>4</b>
<b>Tabel II. 1 : penelitian terdahulu .....</b>	<b>20</b>
<b>Tabel II. 2 : operasionalisasi variabel penelitian .....</b>	<b>25</b>
<b>Tabel II. 3 : Skala Likert .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabel III. 1 : Jenis kelamin responden .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel III. 2 : Usia responden.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel III. 3: Domisili responden .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel III. 4 : hasil uji Validitas .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel III. 5 : Hasil uji reliabilitas .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel III. 6 : Kriteria penilaian analisis deskriptif .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel III. 7: Analisis Variabel persepsi harga .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel III. 8 : Analisis variabel bauran promosi .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel III. 9 : Analisis variabel keputusan pembelian .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel III. 10 : Hasil uji normalitas .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel III. 11: Hasil uji multikolenieritas .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel III. 12: Hasil uji heteroskedastisitas .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel III. 13 : Hasil uji regresi linear berganda.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel III. 14 :Hasil uji T (parsial) .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel III. 15: Hasil uji F (simultan).....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel III. 16 : Hasil uji koefisien determinasi .....</b>	<b>54</b>

## Daftar Lampiran

<b>Lampiran 1 : kuesioner penelitian</b> .....	60
<b>Lampiran 2: Data hasil kuesioner</b> .....	64
<b>Lampiran 3 : hasil uji validitas</b> .....	66
<b>Lampiran 4 : hasil uji reliabilitas</b> .....	71
<b>Lampiran 5 : Hasil uji normalitas</b> .....	71
<b>Lampiran 6 : Hasil uji multikolenieritas</b> .....	72
<b>Lampiran 7 : Hasil uji heteroskedastisitas</b> .....	72
<b>Lampiran 8 : Hasil uji regresi linear berganda</b> .....	73
<b>Lampiran 9 : Hasil uji F</b> .....	73
<b>Lampiran 10 : Hasil uji koefisien determinasi</b> .....	73
<b>Lampiran 11 : data responden</b> .....	74