

**PENGARUH KEMASAN DAN MATERI POIN
PEMBELIAN (POP) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PARFUM CASABLANCA
DI KAMILA SWALAYAN**



Disusun oleh :

ADINA APRILIANA

20030410004

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2007**

SKRIPSI

**PENGARUH KEMASAN DAN MATERI POIN PEMBELIAN (POP) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM CASABLANCA
DI KAMILA SWALAYAN**

Diajukan oleh :

ADINA APRILIANA

20030410004

Telah Disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing



Rini Juni Astuti, SE, M.Si

NIK. 143 037

Tanggal : 16 Februari 2007

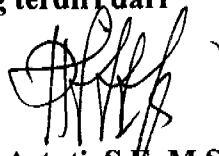
SKRIPSI
PENGARUH KEMASAN DAN MATERI POIN PEMBELIAN (POP) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM CASABLANCA
DI KAMILA SWALAYAN

Diajukan oleh :
ADINA APRILIANA
20030410004

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan
di depan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 26 Maret 2007

Yang terdiri dari



Rini Juni Astuti, S.E., M.Si
Ketua Tim Penguji

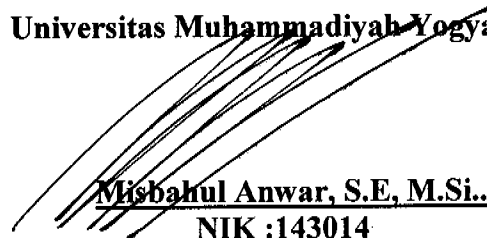


Isthofaina Astuti, S.E., M.Si
Anggota Tim Penguji



Dra. Sri Handari, W., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK :143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Adina Apriliana

No. Mahasiswa : 20030410004

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “ PENGARUH KEMASAN DAN MATERI POIN PEMBELIAN (POP) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM CASABLANCA DI KAMILA SWALAYAN” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta. 16 Februari 2007

ADINA APRILIANA

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian di Kamila Swalayan.

Variabel-variabel yang digunakan yaitu variabel kemasan dan materi poin pembelian. Analisis didasarkan pada data yang diperoleh dari responden penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner. Kuesioner disebarakan kepada konsumen yang pernah berbelanja di Kamila Swalayan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Judgement purpose sampling*. Untuk pengujian hipotesis peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan menggunakan program SPSS. Dari hasil penelitian ternyata variabel kemasan dan materi poin pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kemasan, materi poin pembelian, keputusan pembelian

ABSTACT

This research target to analyze the variables influencing buying decision at Kamila self-service.

Research variables used of packing and P-O-P. based on a data obtained from research responder which collected by questioner. Questioner propagated to consumer have been shooping at Kamila self-service.

Technique that is used in taking sample is Judgement purpose sampling. To test the hypotesis, research use multiple regression analysis supported by using program SPSS. In fact, based on the result of their research , variable of packaging and P-O-P have influence in buying decision.

Keyword: Packaging, P-O-P, buying decision

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah, Tuhan sekalian alam semesta yang telah memberikan karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi disusun , sebagai salah satu syarat memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Adapun judul dari skripsi ini adalah ; “ PENGARUH KEMASAN DAN MATERI POIN PEMBELIAN (POP) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM CASABLANCA DI KAMILA SWALAYAN “. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan pengetahuan tentang pengaruh kemasan dan materi poin pembelian (POP) dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Khoirudin Bashori, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.S., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

3. Ibu Lilies Setiarti, S.E., M.S.i., selaku pembantu Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Bapak Winarso, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih atas bimbingannya dan sebagai wali kelas A angkatan 2003
5. Ibu Rini Juni Astuti, S.E., M.S.i., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak membantu mencurahkan tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan, saran saran dan berbagai kemudahan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tuaku, terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayangnya
7. Teman temanku dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terima lkasih atas segala bantuannya.

Kesempurnaan adalah harapan, penulis hanyadapat berusaha semaksimal mmungkin untuk membuat skripsi ini sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan dalam skripsi ini dan semoga hasil karya ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 16 Februari 2007

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN MOTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| INTISARI | vii |
| ABSTRAK | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Batasan Masalah | 5 |
| C. Rumusan Masalah | 6 |
| D. Tujuan Masalah | 7 |
| E. Manfaat Penelitian | 7 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| A. Landasan Teori | 8 |
| 1. Pengertian Produk..... | 8 |
| 2. Pengertian Kemasan | 9 |
| 3. Pengertian Iklan | 12 |
| 4. Pengertian Promosi Penjualan | 13 |
| 5. Pengertian Materi Poin Pembelian | 16 |
| 6. Pengertian Keputusan Pembelian | 17 |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu | 21 |
| C. Hipotesis | 21 |
| D. Model Penelitian | 22 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Subyek Penelitian | 24 |
| B. Teknik Pengambilan Sampel..... | 24 |
| C. Jenis Data | 24 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 25 |
| E. Definis Operasional Variabel Penelitian | 25 |
| F. Uji Kualitas Instrument | 29 |
| G. Uji Hipotesis dan Analisis Data | 30 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|----------------------------------|----|
| A. Gambaran Umum | 33 |
| B. Analisis Deskriptif | 39 |
| C. Uji Kualitas Instrument | 41 |

| | |
|--|----|
| D. Uji Hipotesis dan Analisis data | 44 |
| E. Pembahasan | 48 |

BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

| | |
|-------------------------------|----|
| A. Simpulan | 51 |
| B. Saran | 52 |
| C. Keterbatasan Penulis | 52 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin | 39 |
| 4.2. Karakteristik responden berdasarkan usia | 39 |
| 4.3 Karakteristik responden berdasarkan uang saku | 40 |
| 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan | 40 |
| 4.5 Hasil Uji Validitas | 42 |
| 4.6 Hasil Uji Reliabilitas | 43 |
| 4.7 Hasil Analisis Linear Berganda | 44 |
| 4.8 Hasil Uji t-test | 45 |
| 4.9 Hasil Uji F | 46 |
| 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 47 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| 2.1 Klasifikasi Promosi Penjualan | 15 |
| 2.2 Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian | 22 |
| 4.1 Struktur Kamila Swalayan | 38 |