

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SUSU PADA PT. NDI (NICOS  
DISTRIBUSI INDONESIA)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI  
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
EKONOMI**

**Oleh:**

**ANHAR MULYADI  
S1-0214-025**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA  
BOGOR  
2017**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

JUDUL : **PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SUSU PADA PT. NDI (NIKOS DISTRIBUSI INDONESIA)**

OLEH : **ANHAR MULYADI**

NPM : **S1-0214-025**

TANGGAL : .....

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

**(PRIYO WISMANTORO, Drs., MM)**

**(RATNO.,SE.MM)**

PENGUJI I

PENGUJI II

PENGUJI III

**(Dr. Ismulyana Djan, SE., MM) (Dedi Mulyadi, S.Si., M. Kom) (Yustiana Wardhani, S.Hut., MM)**

**KETUA STIE BINANIAGA**

**UNBIN**  
**UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

**( YULI ANWAR, SE, M.Ak )**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu pada PT. NDI (Nikos Distribusi Indonesia). Penyusunan skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Ketua STIE Binaniaga Bogor.
2. Yustiana Wardhani, S.Hut, MM, selaku wakil Ketua STIE Binaniaga Bogor
3. Bapak Drs. Priyo Wismantoro, selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing penulis.
4. Bapak Ratno, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing penulis.
5. Dosen-Dosen (Pengajar) dan staff STIE Binaniaga Bogor
6. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan motivasi baik moril maupun materil.
7. Rekan-rekan saya tercinta Saepudin, Tigar Sugiri SE, Mohamad Solihin, Ifan Hidayat, Opi Sobirin, Muhamad Julianda, Eko Hidayat, Fitri Rahayu, Lia Rahmalia, Yulis Sulisti, Heri yang telah memberikan motivasi dan saling support satu sama lain.
8. Jamaah Dzikir Azzikra, FSM (Forum Silaturahmi Mahasiswa), BEM STIE Binaniaga Bogor, Sana Sini Scotter.

9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan pahala atas kebaikannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi lingkungan akademik maupun lingkungan luas pada umumnya.

Bogor, November 2017

**Penulis**



**UNBIN**  
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan penelitian .....	6
E. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Promosi .....	9
B. Kualitas Produk .....	14
C. Keputusan Pembelian .....	22
D. Penelitian Terdahulu .....	40
E. Kerangka Pemikiran .....	42
F. Hipotesis Penelitian .....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Metoda Penelitian .....	43
B. Variabel dan Pengukuran .....	43

C. Populasi dan Sampel .....	44
D. Metode Pengumpulan Data .....	46
E. Instrumen Penelitian .....	47
F. Metode Analisa Data .....	48
DAFTAR PUSTAKA .....	57

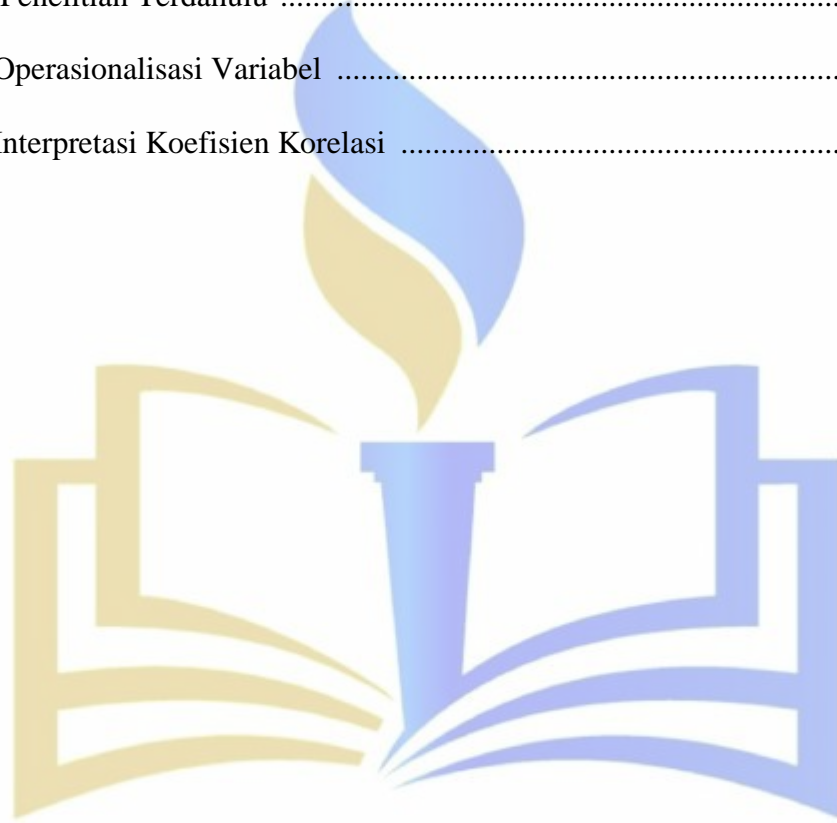


UNBIN

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1	Data Penjualan Produk Periode Januari s/d Juli 2017 PT Nikos Distribution Indonesia (Volume Dalam Liter) .....	4
Tabel 2	Model Perilaku Pembeli .....	38
Tabel 3	Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 4	Operasionalisasi Variabel .....	47
Tabel 5	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	56



# UNBIN

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA



**DAFTAR ISI**

Gambar 1. Model Komunikasi Pemasaran .....	11
Gambar 2 Bagan Pengambilan Keputusan Pembelian .....	27
Gambar 3 Kerangka Berpikir .....	42



# UNBIN

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA



**DAFTAR LAMPIRAN**

Kuesioner Penelitian



**UNBIN**

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA