

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN APARTEMEN
TRANSPARK CIBUBUR**

SKRIPSI



Nama : Tori Praditya Nur Wahab

NIM : 43117210071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2020

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN APARTEMEN
TRANSPARK CIBUBUR**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Tori Praditya Nur Wahab

NIM : 43117210071

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2020

i

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tori Praditya Nur Wahab

Nim : 43117210071

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Jakarta, 8 Desember 2020



Tori Praditya Nur Wahab

NIM : 43117210071

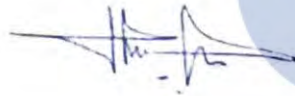
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Tori Praditya Nur Wahab
NIM : 43117210071
Program Studi : SI Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas
Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Apartemen Transpark Cibubur

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh

Pembimbing



Indra Ade Irawan, SE., MM

Tanggal: 12 Februari 2021

Ketua Penguji



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal: 12 Februari 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harnovinsih, Ak. M.Si. CA

Tanggal:

Ketua Program Studi



Dr. Daru Asih, SE., M.S

Tanggal:

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Apartemen Transpark Cibubur. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Apartemen Transpark Cibubur yang pernah membeli property, yang dipergunakan adalah sebanyak 100 konsumen, dihitung berdasarkan rumus Rao Purba dalam Kharis. Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik. Penelitian ini membuktikan bahwa promosi positif signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. harga positif signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. kualitas produk positif tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, dan Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion, price, and quality of products on purchasing decisions on The Transpark Cibubur Aprtemen. The population in this study is consumers of Transpark Cibubur Aprtemen who have purchased property, which is used as many as 100 consumers, calculated based on the formula Rao Purba in Kharis. Sample withdrawal method using purposive sampling. Data collection method using survey method, with research instrument is questionnaire. Quantitative analysis method using statistics. This research proves that positive promotion significantly affects purchasing decisions. significant positive price influence on purchasing decisions. positive product quality does not significantly affect purchasing decisions.

Keywords: Promotion, Price, and Product Quality, Purchasing Decision

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Lembar Persembahan

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua. Alhamdulillah atas kemudahan dan jalan yang diberikan sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat saya kasihi dan saya sayangi sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tak terhingga. Saya persembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Ibu saya yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan cinta kasih tiada terhingga yang tiada mungkin dapat saya balas hanya dengan selembar kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia karena saya sadar, selama ini belum bisa member yang lebih. Untuk Bapak dan Ibu yang selalu membuat saya termotivasi dan tidak pernah henti untuk mendoakan saya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen di Transpark Cibubur”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Indra Ade Irawan, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti haturkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih., S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Eri Marlapa, S.E, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D.
5. Ibu Dra. Yanti Murni, MM selaku Dosen Penguji saya pada siding skripsi.
6. Kedua orang tua Tn. Harjanto dan Ny. Tri Rudatiningsih yang saya cintai yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada saya.
7. Bapak Devaldy Finance dari Apartemen Transpark yang telah membantu saya dari awal sampai akhir.
8. Untuk teman seperjuangan dalam mengerjakan proposal skripsi Manajemen angkatan 17 yang saling membantu, dan saling menyemangati.
9. Seluruh dosen dan staf Universitas Mercu Buana Kampus D.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dalam proposal skripsi ini.

Bogor, Juli 2020

Tori Praditya Nur Wahab

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
a. Definisi Manajemen Pemasaran.....	12
2. Keputusan Pembelian Konsumen.....	13

a.	Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen.....	13
b.	Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	13
c.	Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen.....	16
3.	Promosi.....	18
a.	Pengertian Promosi.....	18
b.	Dimensi dan Indikator Promosi.....	19
4.	Harga.....	20
a.	Pengertian Harga.....	20
b.	Dimensi dan Indikator Harga.....	21
5.	Kualitas Produk.....	23
a.	Pengertian Kualitas Produk.....	23
b.	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	24
6.	Penelitian Terdahulu.....	25
B.	Kerangka Konseptual.....	29
C.	Pengembangan Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		32
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
B.	Desain Penelitian.....	32
C.	Definisi dan Operasional Variabel.....	32
1.	Definisi Variabel.....	32
2.	Operasional Variabel.....	33
D.	Pengukuran Variabel.....	37
E.	Populasi dan Sample Penelitian.....	38

1. Populasi Penelitian.....	38
2. Sampel Penelitian.....	38
F. Metode Pengumpulan Data.....	40
G. Metode Analisis Data.....	40
1. Statistik Deskriptif.....	40
2. Uji Kualitas Data.....	41
a. Uji Validitas.....	41
b. Uji Reliabilitas.....	41
3. Uji Asumsi Klasik.....	42
a. Uji Normalitas.....	42
b. Uji Multikolonieritas.....	42
c. Uji Heteroskedastistas.....	43
4. Uji Kesesuaian Model.....	43
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	43
b. Uji F (ANOVA).....	44
5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
6. Uji Hipotesis.....	46
a. Uji t.....	45
BAB IV METODE PENELITIAN.....	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
2. Karakteristik Profil Responden.....	46
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	48

1. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian...	49
2. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Promosi.....	50
3. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga.....	50
4. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk	51
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	52
1. Hasil Uji Validitas.....	52
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	54
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Hasil Uji Normalitas	55
2. Hasil Uji Multikolonieritas	55
3. Hasil Uji Heterokedastisitas	56
E. Hasil Uji Kesesuaian Model.....	56
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
2. Hasil F ANOVA.....	57
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
G. Hasil Uji Hipotesis.....	59
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pra Survei Variabel.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Dalam Sebulan....	47
Tabel 4.4 Kriteria Interpretasi Skor.....	48
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian..	49
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Promosi	50
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga.....	50
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonieritas.....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
Tabel 4.18 Hasil Uji F ANOVA.....	57

Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	3
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	14
Gambar 2.2 Rerangka Konseptual.....	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	67
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	70
Lampiran 3 Kuesioner Berdasarkan Responden.....	82
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	83
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas.....	84
Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas.....	87
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 8 Hasil Uji Kesesuaian Model.....	90
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis.....	91
Lampiran 11 Table R.....	91
Lampiran 12 Table F.....	95
Lampiran 13 Table T.....	98

UNIVERSITAS
MERCU BUANA