

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAFI**

(Studi Pada Siswi Smk Yadika Pagelaran)

SKRIPSI

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



Nama : Kristiana Sipangkar

NIM : 43117010348

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kristiana Sipangkar

NIM , 43117010348

Program Studi : S1 Manajemen

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Maret 2021



Kristiana Sipangkar

43117010348

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kristiana Sipangkar

NIM : 43117010348

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAFI (Studi Pada Siswi
Smk Yadika Pagelaran)

Tanggal Sidang : 31 Maret 2021



Disahkan oleh :

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCUBUANA
Dr. Ir. Zulfitri MP, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 07210033



Please Scan QRCode to Verify

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAFI

ABSTRAK

Safi merupakan produk kosmetik yang berasal dari Malaysia pada Maret 2018, produk kosmetik Safi resmi memasuki pasar Indonesia dan langsung diminati. Produk kosmetik Safi khusus dibuat untuk wanita muslimah dan secara umum juga untuk wanita yang mau memakai produk kosmetik yang aman dan bersertifikasi halal. Data penjualan tahun 2019 Safi posisi ke 4 total penjualan 53 ribu. Penelitian ini untuk mengetahui bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli pada kosmetik Safi. Dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif dimana hasil penelitian akan dibahas sesuai data yang telah dikumpulkan, metode analisis dalam penelitian ini menggunakan *regresi linier* berganda. Hasil penelitian ini dengan *Cronbach's Alpha* (α), diketahui nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten. Sementara, jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Hasil Uji F, diketahui nilai signifikansi (*p value*) sebesar 0.000 yang artinya *p value* < 0.05 sehingga H1 diterima dan H0 ditolak. Seluruh variabel independen (kualitas produk, harga, dan promosi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara bersama-sama dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Safi, harga berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Safi, dan promosi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Safi, sedangkan secara simultan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Safi, kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian.

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON SAFIC PURCHASE DECISIONS

ABSTRACT

Safi is a cosmetic product originating from Malaysia in March 2018, Safi cosmetic products officially entered the Indonesian market and are immediately attracted. Safi cosmetic products are specifically made for Muslim women and in general also for women who want to use cosmetic products that are safe and halal-certified. Sales data for 2019 Safi is fourth, with total sales of 53 thousand. To determine that product quality, price and promotion have a significant effect on buyers' decisions on cosmetic Safi. This study uses quantitative where the results of the study will be discussed according to the data that has been collected, the method of analysis in this study uses multiple linear regression. The results of this study with Cronbach's Alpha (α), it is known that the Cronbach's Alpha value is > 0.60 , so the questionnaire or questionnaire is declared reliable or consistent. Meanwhile, if the Cronbach's Alpha value is < 0.60 , the questionnaire or questionnaire is declared unreliable or inconsistent. The results of the F test, it is known that the significance value (p value) is 0.000, which means that the p value < 0.05 so that H1 is accepted and H0 is rejected. All independent variables (product quality, price, and promotion) have a positive and significant effect on the dependent variable (purchasing decisions). Together it is said that product quality has a partially significant positive effect on purchasing decisions for Safi products, price has a partially significant positive effect. on purchasing decisions for Safi products, and promotion has a partially significant positive effect on purchasing decisions for Safi products, while simultaneously product quality, price, and promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Safi, product quality, price, promotion, purchase decision

KATA PENGANTAR

Terimakasih puji syukur kehadirat Tuhan YME yang telah memberikan rahmat, kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan PembelianSafi (Studi Pada Siswi Smk Yadika Pagelaran)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Zulfitri, MP, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Dr. Harnoviansyah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS CMA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Daru Asih, M. Si selaku ketua program studi manajemen S1 Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D selaku Dosen Metodologi Penelitian.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Terima kasih atas bimbingannya dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama perkuliahan.

6. Seluruh responden pengguna produk kosmetik Safi yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktunya kepada penulis untuk mengisi kuisioner penelitian.
7. Kedua orang tua tercinta bapak Markus Sipangkar dan ibu Pintauli Veronica Sijabat, Abang tercinta Daniel Sipangkar, Kembaran tercinta Natalia Dn Sipangkar dan Adik tercinta Angelina Sipangkar, yang telah memberikan do'a dan dukungan yang tiada hentinya kepada penulis.
8. Kakak tingkat Ignatius Jevonzio Arta Dharma, S.E yang selalu ada dalam membantu proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman KMK Mercubuana yang telah mendorong dan menyemangati saya dalam proses kuliah hingga selesainya skripsi.
10. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta Angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita dan tetap bisa bertemu lagi dilain waktu, Amin.
11. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan

dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Terima Kasih.

Jakarta, 31 Maret 2021



Kristiana Sipangkar



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka	9
B. Manajemen Pemasaran	9
Pengertian Manajemen Pemasaran	9
Konsep Dasar Manajemen Pemasaran	10
C. Keputusan Pembelian.....	11
Proses-proses keputusan pembelian.....	12
Pihak-pihak yang Berperan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian	14
Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
Dimensi Keputusan Pembelian	17
D. Kualitas Produk.....	18
Tingkatan Produk.....	19
Karakteristik Produk	20
Klasifikasi Produk	21
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	23

D.5 Dimensi Kualitas Produk	24
E. Definisi Harga.....	25
Peran Harga	25
Tujuan Penetapan Harga	26
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga	27
F. Definisi Promosi	29
Tujuan Promosi	30
Strategi Promosi	32
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	32
F.4 Dimensi Promosi	33
G. Penelitian Terdahulu	34
H. Hipotesis	38
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN	40
A. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	40
B. Desain Penelitian	40
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	40
Definisi Variabel	41
Definisi Oprasional Variabel.....	41
Variabel Kualitas Produk.....	42
Variabel Harga	42
Variabel Promosi.....	43
Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Sekala Pengukuran Variabel	44
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
Populasi Penelitian.....	45
Sampel Penelitian	45
E. Metode pengumpulan data.....	46
F. Metode Analisis Data	47
Statistik Deskriptif	47
Uji Hipotesis	51
BAB IV.....	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum.....	53
Perusahaan Safi	53

B. Statistik Deskriptif.....	53
Deskripsi Data Responden.....	53
Deskripsi Variabel	55
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian	58
Uji Validitas	58
Uji Reliabilitas	59
Uji Asumsi Klasik.....	61
D. Uji Hipotesis	64
Analisis Linear Berganda.....	64
E. Pembahasan	68
Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	68
Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	69
Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	69
BAB V	70
KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
Saran bagi perusahaan Safi	71
Saran bagi peneliti selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	76
LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian	76
LAMPIRAN 2 : Hasil Kuesioner.....	78
LAMPIRAN 3 : Statistik Deskriptif	82
LAMPIRAN 4 : Uji Validitas	82
LAMPIRAN 5 : Uji Reliabilitas	84
LAMPIRAN 6 : Uji Asumsi Klasik.....	85
LAMPIRAN 7 : Uji Hipotesis	86

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
Table 1.1	Penjualan produk Safi bulan Juli – September 2019	2
Table 1.2.	Data penjualan produk pesaing 2019 melalui <i>E-commerce</i>	3
Table 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Table 3.1	Variabel Kualitas Produk (X1)	42
Table 3.2	Variabel Harga (X2).....	42
Table 3.3	Variabel Promosi (X3).....	43
Table 3.4	Keputusan Pembelian (Y)	43
Table 3.5	Skala Likert	44
Table 4.1	Deskripsi data Responden berdasarkan jenis kelamin	54
Table 4.2	Deskripsi data Responden berdasarkan pendidikan	55
Table 4.3	Deskripsi Kualitas Produk	55
Table 4.4	Deskripsi Harga.....	56
Table 4.5	Deskripsi Promosi	56
Table 4.6	Deskripsi Keputusan Pembelian	57
Table 4.7	Uji Validitas	58
Table 4.8	Uji Realibilitas Kualitas Produk	59
Table 4.9	Uji Realibilitas Harga.....	59
Table 4.10	Uji Realibilitas Promosi	60
Table 4.11	Uji Realibilitas Keputusan Pembelian	60
Table 4.12	Uji Realibilitas	60
Table 4.13	Uji Asumsi Klasik	61
Table 4.14	Uji Normalitas	61
Table 4.15	Uji Multikololinearitas	63
Table 4.16	Uji Heteroksiditas	63
Table 4.17	Uji Analisis Linear Berganda	64
Table 4.18	Uji F	65
Table 4.19	Uji T	66
Table 4.20	Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.	Rerangka Pemikiran	38
Gambar 2.	Deskripsi Respondern Berdasarkan Usia	54
Gambar 3.1	Histogram Uji Normalitas	62
Gambar 3.2	Scatterplot Uji Normalita	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2	: Hasil Kuesioner.....	71
Lampiran 3	: Statistik Deskriptif.....	74
Lampiran 4	: Uji Validitas.....	75
Lampiran 5	: Uji Reabilitas.....	76
Lampiran 6	: Uji Asumsi Klasik.....	77
Lampiran 7	: Uji Hipotesis.....	79

