

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi kasus Pada Toko Sri Alam)**

**SKRIPSI**



Nama : Wahyu Satria Nugraha

NIM : 43119210008

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

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Satria Nugraha  
NIM : 43119210008  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Toko Sri  
Alam)  
Tanggal Sidang : 12 April 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

MERCU BUANA

LPTA 04232321



Please Scan QRCode to Verify

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyu Satria Nugraha

NIM : 43119210008

Program Studi :SI Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 12 Februari 2023



Wahyu Satria Nugraha

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sri Alam”** Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penelitian menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusun Proposal skripsi penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Dr. Eri Marlapa, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah –Nya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposalskripsi initerutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana.Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan, dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat demiterselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Seluruh Konsumen Toko SriAlam menjadi Responden pada Penelitian ini.
7. Teman seperjuangan Angkatan 2019 yang memberikan semangat satu sama lain dalam penyusunan proposalskripsi.
8. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya.
10. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti - hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa 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 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 dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 12 Februari 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'W' followed by a horizontal line and a small flourish.

**Wahyu Satria Nugraha**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kontribusi Penelitian.....	6
BAB II .....	7
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	7
A. <i>Kajian Pustaka</i> .....	7
1. Manajemen Pemasaran .....	7
2. Keputusan Pembelian.....	8
3. Harga .....	13
4. Promosi.....	17
5. Kualitas produk .....	19
6. Penelitian Terdahulu.....	24
B. <i>Kerangka Konseptual</i> .....	28
C. <i>Pengembangan Hipotesis</i> .....	28
1) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toko Sri Alam.....	29
2) Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Sri Alam....	29
3) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Sri Alam.....	30

<b>BAB III</b> .....	<b>32</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>B. Desain Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>C. Definisi dan Operasionalisasi Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>1. Definisi Variabel</b> .....	<b>32</b>
<b>a. Variabel Independen (X)</b> .....	<b>33</b>
<b>b. Variabel Dependen (Y)</b> .....	<b>33</b>
<b>2. Operasionalisasi Variabel</b> .....	<b>33</b>
<b>D. Pengukuran Variabel</b> .....	<b>38</b>
<b>E. Populasi dan Sampel Penelitian</b> .....	<b>39</b>
<b>1. Populasi Penelitian</b> .....	<b>39</b>
<b>2. Sample Penelitian</b> .....	<b>39</b>
<b>F. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>40</b>
<b>G. Metode Analisis</b> .....	<b>41</b>
<b>1. Statistik Deskriptif</b> .....	<b>41</b>
<b>2. Uji Kualitas Data</b> .....	<b>41</b>
<b>a. Uji Validitas</b> .....	<b>41</b>
<b>b. Uji Reliabilitas</b> .....	<b>42</b>
<b>3. Uji Asumsi Klasik</b> .....	<b>42</b>
<b>a. Uji Normalitas</b> .....	<b>43</b>
<b>b. Uji Multikolonieritas</b> .....	<b>43</b>
<b>c. Uji Heterokedastisitas</b> .....	<b>44</b>
<b>d. Uji Linearitas</b> .....	<b>45</b>
<b>4. Uji Kesesuaian Model</b> .....	<b>45</b>
<b>a. Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</b> .....	<b>46</b>
<b>b. Uji F Analysis of Varian (ANOVA)</b> .....	<b>46</b>
<b>5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda</b> .....	<b>47</b>
<b>6. Uji Hipotesis</b> .....	<b>48</b>
<b>a. Uji Parsial ( Uji t)</b> .....	<b>48</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>49</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>49</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	<b>49</b>
<b>1. Tempat dan Waktu Penelitian</b> .....	<b>49</b>
<b>2. Karakteristik Profil Responden</b> .....	<b>49</b>
<b>a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</b> .....	<b>49</b>
<b>b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia</b> .....	<b>50</b>

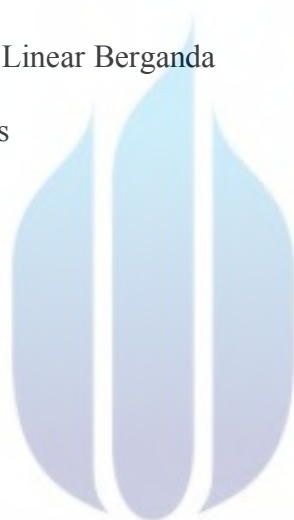


<b>B.</b>	<b><i>Hasil Uji Statistik Deskriptif</i></b> .....	<b>50</b>
1.	<b>Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian</b> .....	<b>52</b>
2.	<b>Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga</b> .....	<b>53</b>
3.	<b>Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Promosi</b> .....	<b>54</b>
4.	<b>Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk</b> .....	<b>54</b>
<b>C.</b>	<b><i>Hasil Uji Kualitas Data</i></b> .....	<b>55</b>
1.	<b>Hasil Uji Validitas</b> .....	<b>55</b>
2.	<b>Hasil Uji Reliabilitas</b> .....	<b>57</b>
<b>D.</b>	<b><i>Hasil Uji Asumsi Klasik</i></b> .....	<b>58</b>
1.	<b>Uji Normalitas</b> .....	<b>58</b>
2.	<b>Uji Multikolonialitas</b> .....	<b>59</b>
3.	<b>Uji Heteroskedasitas</b> .....	<b>60</b>
4.	<b>Hasil Uji Linearitas</b> .....	<b>60</b>
<b>E.</b>	<b><i>Uji Kesesuaian Model</i></b> .....	<b>62</b>
1.	<b>Hasil Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</b> .....	<b>62</b>
2.	<b>Uji F Analysis of Varian (ANOVA)</b> .....	<b>62</b>
<b>F.</b>	<b><i>Uji Analisis Linear Berganda</i></b> .....	<b>63</b>
<b>G.</b>	<b><i>Uji Hipotesis</i></b> .....	<b>64</b>
<b>H.</b>	<b><i>Pembahasan Hasil Penelitian</i></b> .....	<b>65</b>
1.	<b>Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	<b>65</b>
2.	<b>Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	<b>65</b>
3.	<b>Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	<b>66</b>
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>67</b>
A.	<b><i>Simpulan</i></b> .....	<b>67</b>
B.	<b><i>Saran</i></b> .....	<b>68</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Data Penjualan di Toko Sri Alam	2
1.2	Data Prasurvey 30 Responden	3
2.1	Jurnal Peneliti Terdahulu	24
3.1	Operasionalisasi Keputusan Pembelian	34
3.2	Operasionalisasi Variabel Harga	35
3.3	Operasionalisasi Variabel Promosi	36
3.4	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	37
3.5	Ukuran Skala <i>Likert</i>	38
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
4.3	kriteria Interpretasi Skor	51
4.4	Hasil Uji Deskriptif	51
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembeli	52
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Harga	53
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Promosi	54
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk	54
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	55
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	56
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	56
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	57
4.13	Hasil Uji Realibilitas	58

4.14	Hasil Uji Normalitas	59
4.15	Hasil Uji Multikolonialitas	59
4.16	Hasil Uji Heteroskedasitas	60
4.17	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Harga	60
4.18	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Promosi	61
4.19	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Kualitas Produk	61
4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
4.21	Hasil Uji F Analysis of Varian (ANOVA)	62
4.22	Hasil Uji Analisis Linear Berganda	63
4.23	Hasil Uji Hipotesis	64



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Proses Keputusan Pembelian	11
2.2	Kerangka Konseptual	28



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuisisioner	72
Lampiran 2	Tabulasi Jawaban Responden Keputusan Pembelian	73
	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Harga	74
	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Promosi	75
	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	75
	Hasil Kuesioner Penelitian Keputusan Pembelian	76
	Hasil Kuesioner Penelitian Variabel Harga	79
	Hasil Kuesioner Penelitian Variabel Promosi	82
	Hasil Kuesioner Penelitian Variabel Kualitas Produk	85
Lampiran 3	Hasil Uji Statistik Deskriptif	87
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	90
Lampiran 5	Hasil <i>Uji Realibilitas</i>	92
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	93
Lampiran 7	Hasil Uji Kesesuain Model	96
Lampiran 9	Tabel r, Tabel F dan Tabel t	98