

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA UKM HAMPERS STUDIO CIKO DI KOTA YOGYAKARTA)**

**SKRIPSI**



Nama : Bagus Agung Prayogo

NIM : 43119110202

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
(STUDI PADA UKM HAMPERS STUDIO CIKO DI KOTA YOGYAKARTA)

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



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Nama : Bagus Agung Prayogo  
NIM : 43119110202

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bagus Agung Prayogo

Nim : 43119110202

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS Jakarta, 7 Agustus 2023  
MERCU BUANA



Bagus Agung Prayogo

NIM 43119110202

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bagus Agung Prayogo  
NIM : 43119110202  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA UKM HAMPERS STUDIO CIKO DI KOTA YOGYAKARTA)  
Tanggal Sidang : 18 Oktober 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

LPTA 10233251



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK:

Dilihat dari pertumbuhan bisnis kreatif ini semakin banyak jenis usaha bermunculan di Indonesia khususnya di Yogyakarta. Sebagai bisnis di bidang kreatif Studio ciko harus lebih kuat dan berani bersaing menghadapi bisnis *hampers* yang sejenisnya. Maka, Studi ciko harus berupaya sebaik mungkin untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen diantaranya dengan kualitas produk, harga dan promosi sebagai faktor yang dianggap berpengaruh. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh keputusan pembelian konsumen Studio ciko terhadap variabel kualitas produk, harga dan promosi. Objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli hampers di Studio ciko minimal satu kali. Penelitian ini dilakukan terhadap 152 responden dengan menggunakan deskriptif kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Dengan menggunakan pendekatan dekriptif kuantitatif, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Studio ciko.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT :**

*Judging from the growth of this creative business, more and more types of businesses are popping up in Indonesia, especially in Yogyakarta. As a business in the creative field, Ciko's studio must be stronger and dare to compete against similar hampers businesses. Thus, the Ciko study must try its best to be able to improve consumer purchasing decisions including product quality, price and promotion as factors that are considered influential. The purpose of this research is to analyze and find out the influence of Ciko Studio consumer purchasing decisions on product quality, price and promotion variables. The object of this research is consumers who have bought Ciko's Studio hampers at least once. This research was conducted on 152 respondents using quantitative descriptive. The approach used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart-PLS analysis tool. By using a quantitative descriptive approach, the results of this study indicate that product quality, price and promotion have a positive and significant impact on consumer purchasing decisions at Ciko Studio.*

*Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UKM Hampers Studio Ciko Di Kota Yogyakarta)**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Eri Marlapa, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan arahan, masukan, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Ardiansyah, 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, M.M, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada Mahasiswanya.
5. Alm Bapak Dariyadi dan Ibu Siti Aminah, selaku kedua orangtua saya yang telah mensupport saya telah memberikan semangat, dukungan dan do'a agar cepat dalam menyelesaikan masa studi saya.
6. Dan seluruh teman teman Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Mercubuana yang tidak dapat saya tulis disini terimakasih sudah banyak mensupport saya dalam melakukan penelitian.

Akhir kata, dari penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga laporan skripsi ini bisa berguna bagi yang membacanya dikemudian hari.

Penulis

Bagus Agung Prayogo



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan penelitian .....	6
D. Kontribusi Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>8</b>
A. Kajian Pustaka .....	<b>8</b>
1. Manajemen Pemasaran.....	8
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
b. Konsep Bauran Pemasaran .....	9
2. Keputusan pembelian.....	9
a. Pengertian Keputusan pembelian .....	9
b. Faktor yang dapat mempengaruhi .....	10
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	10
3. Kualitas produk .....	12
a. Pengertian Kualitas produk .....	12
b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	13
c. Dimensi dan Indikator kualitas Produk.....	14
4. Promosi .....	15

	a. Pengertian Promosi.....	15
	b. Tujuan Promosi .....	16
	c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi .....	16
	d. Dimensi dan Indikator Promosi .....	17
	5. Harga.....	18
	a. Pengertian harga .....	18
	b. Tujuan Penetapan Harga .....	19
	c. Dimensi dan Indikator Harga .....	20
	B. Penelitian Terdahulu .....	21
	C. Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
	D. Pengembangan Hipotesis.....	25
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
	A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
	B. Desain Penelitian .....	28
	C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	28
	D. Skala Pengukuran Variabel.....	31
	E. Populasi dan Sampel penelitian .....	32
	1. Populasi.....	32
	2. Sampel.....	32
	F. Metode Pengumpulan Data.....	33
	G. Metode Analisis Data.....	34
	1. Analisis Deskriptif .....	34
	2. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	34
	3. Uji Hipotesis .....	39
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
	A. Gambaran Umum Perusahaan .....	40
	B. Analisis Deskriptif .....	41
	1. Karakteristik Responden.....	41
	2. Deskriptif Variable .....	43
	C. Hasil Uji Kualitas Data .....	47
	1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	47

2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> )...	51
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan .....	56
B. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>61</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rata-rata pengunjung bulanan E-commerce Indonesia kuatal I-IV 2021 .....	2
Tabel 1. 2 Laporan penjualan ditahun 2021 dan 2022 .....	3
Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survey Kepada Pelanggan Studio Ciko .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	30
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	30
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Harga.....	30
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Promosi .....	31
Tabel 3. 5 Instrument Skala Likert.....	32
Tabel 3. 6 Kriteria Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural.....	39
Tabel 4. 1 Jenis Kelamis Responde.....	41
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	42
Tabel 4. 3 Pendidikan Responden.....	42
Tabel 4. 4 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel kualitas produk .....	43
Tabel 4. 5 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Harga .....	44
Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Promosi.....	45
Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian .	46
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	47
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings).....	49
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian AVE .....	50
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium) .	50
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	51
Tabel 4. 13 Nilai R-Square.....	51
Tabel 4. 14 Hasil Q-Square (Blindfolding).....	52
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Hipotesis .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	48
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping.....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner Penelitian .....	65
Lampiran 3 Deskriptif Responden .....	89
Lampiran 4 : Hasil Olah Data Pls .....	90

