

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PEMASARAN MEDIA
SOSIAL PADA PRODUK BRAND THIS IS APRIL**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PEMASARAN MEDIA
SOSIAL PADA PRODUK BRAND THIS IS APRIL**

(Studi pada pengunjung Gerai This Is April di Mall Central Park)

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

Jakarta

Skripsi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
UNIVERSITAS

NAMA : Indah Mustika

NIM : 43117110485

MERCU BUANA

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Mustika

NIM : 43117110485

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Agustus 2023



Indah Mustika

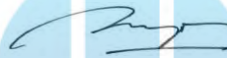
43117110485

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Indah Mustika
NIM : 43117110485
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran Media Sosial Pada Produk Brand This Is April
Tanggal Sidang : 12 September 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 09232862



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui pemasaran media sosial pada brand fashion This Is April. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung gerai This Is April di Central Park Mall dan sampel dalam penelitian ini adalah 145 responden. Dihitung berdasarkan rumus *Hair et al*, dengan instrument penelitian adalah kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik PLS (*Partial Least Square*) melalui software statistic SmartPLS-3. Penelitian ini membuktikan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemasaran media sosial. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemasaran media sosial. Pemasaran Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui pemasaran media sosial. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui pemasaran media sosial.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Pemasaran Media Sosial, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions through social media marketing at the This Is April fashion brand. The population in this study were visitors to the This Is April outlet at Central Park Mall and the sample in this study was 145 respondents. Calculated based on the formula Hair et al, with the research instrument is a questionnaire. The data analysis method used is the PLS (Partial Least Square) technique through the SmartPLS-3 statistical software. This study proves that price has no significant effect on purchasing decisions. Price has a positive and significant effect on social media marketing. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Product quality has a positive and significant effect on social media marketing. Social Media Marketing has a positive and significant effect on Purchase Decisions. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions through social media marketing. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions through social media marketing.

Keywords: Product Quality, Price, Social Media Marketing, Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala hikmat dan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran Media Sosial Pada Brand This Is April”** Penulisan skripsi ini adalah syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program S1 Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

6. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan moral, serta memberikan banyak inspirasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
7. Kepada teman dekat saya yang telah memberikan semangat, dukungan, doa, serta memberikan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap bahwa skripsi ini bisa dapat berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya untuk bidang manajemen pemasaran dan bisa memberikan manfaat bagi para pembaca, aamin.

Jakarta, 10 September 2023



Indah Mustika
43117110485

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Karya Sendiri	ii
Lembar Pengesahaan Skripsi	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Table	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusah Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Manajemen Pemasaran	15
2. Kualitas Produk	16
a. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	17
b. Dimensi Kualitas Produk	18
c. Indikator Kualitas Produk	19
3. Harga dan Persepsi Harga.....	20
a. Peranan Harga	21
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	22
c. Dimensi Harga.....	24
d. Indikator Harga	24
4. Pemasaran Media Sosial	25
a. Manfaat Pemasaran Media Sosial	26
b. Faktor-faktor Pemasaran Media Sosial	28
c. Dimensi dan Indikator Pemasaran Media Sosial.....	29

5. Keputusan Pembelian	30
a. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	31
b. Deminesi Keputusan Pembelian	32
c. Indikator Keputusan Pembelian	33
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran.....	46
1. Pengembangan Hipotesis	46
2. Kerangka Pemikiran	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	52
2. Desain Penelitian	52
3. Definisi dan Operasional Variabel.....	53
4. Skala Pengukuran Variabel.....	56
5. Populasi dan Sampel Penelitian.....	57
6. Metode Pengumpulan Data.....	58
7. Metode Analisis Data	59
8. Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Analisis Deskriptif.....	64
1. Gambaran Umum Perusahaan	64
2. Deskripsi Responden	65
3. Deskripsi Variabel	68
B. Analisis Partial Least Square (PLS)	72
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model	72
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	80
C. Pembahasan Hasil Penelitian	84
1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	84
2. Pengaruh Harga terhadap Pemasaran Media Sosial	85
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pemasaran Media Sosial	87
5. Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian	88
6. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Pemasaran Media Sosial	89

7. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Pemasaran Media Sosial	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	101



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Hasil Pra-Survey	9
2.1 Penelitian Terdahulu	35
3.1 Operasional Variabel Kualitas Produk (X1)	54
3.2 Operasional Variabel Harga (X2)	55
3.3 Operasional Variabel Pemasaran Media Sosial (Y1).....	55
3.4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y2).....	56
3.5 Skala Linkert.....	56
4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Saat ini	65
4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	67
4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
4.4 Hasil Deskripsi Berdasarkan Kualitas Produk.....	69
4.5 Hasil Deskripsi Berdasarkan Variabel Harga	70
4.6 Hasil Deskripsi Berdasarkan Variabel Pemasaran Media Sosial.....	71
4.7 Hasil Deskripsi Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	72
4.8 Hasil pengujian Convergent Validity.....	73
4.9 Hasil pengujian Convergent Validity (modifikasi).....	75
4.10 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings).....	77
4.11 Hasil Pengujian AVE.....	78
4.12 Hasil Pengujian Discriminant Validity-Fornell Lacker Criterium.....	78
4.13 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha.....	79
4.14 Hasil Pengujian Composite Reliability	79
4.15 Nilai R ² Variabel Endogen.....	80
4.16 Hasil Pengujian Goodness of Fit Model (Nilai Q ²)	81
4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Kategori Barang Populer Di Belanja Online Indonesia	1
1.2 Peringkat Penjualan Produk Fashion di Indonesia.....	3
1.3 Peringkat Followers Shope	5
3.1. Kerangka pemikiran.....	51

