

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN (Studi Kasus : Produk Antangin)**



43120010458

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN  
(Studi Kasus : Produk Antangin)**

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



Oleh:

MELINDA

43120010458

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

2024

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MELINDA  
NIM : 43120010458  
Program Studi : 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 (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 08 Juli 2023



MELINDA

43120010458

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Melinda  
NIM : 43120010458  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Produk Antangin)  
Tanggal Sidang : 26 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Shinta Rahmani, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244342



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Antangin. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah membeli produk Antangin, sampel yang digunakan adalah 105 orang yang pernah membeli produk Antangin. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuisioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program *Smart Partial Least Square*. Dari hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Promosi, dan Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Antangin.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Persepsi harga, Keputusan Pembelian



## ***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the influence of product quality, promotion, and price on purchasing decisions for consumers of Antangin products. The population in this study are consumers who have purchased Antangin products, the sample used is 105 people who have purchased Antangin products. This research method uses quantitative methods with sampling methods using purposive sampling. The data collection method uses a survey method, with a questionnaire research instrument. The analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis using the Smart Partial Least Square program. The results of the analysis in this study show that Product Quality, Promotion, and Price have a positive and significant influence on the decision to purchase Antangin products.*

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



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Persepsi Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Produk Antangin”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Shinta Rahmani, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, serta pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini. Sungguh suatu kehormatan dan rasa sangat bangga. Peneliti berkesempatan menjadi mahasiswa pembimbing Ibu.
2. Terimakasih kepada Mama, yang selama ini sudah selalu memberi support kepada peneliti dan menjadi alasan peneliti untuk bertahan sampai di titik ini. Terimakasih atas omelan dan kasih sayang yang akan selalu dirindukan. Mama adalah salah satu bagian utama yang membuat peneliti bisa terus melanjutkan pendidikan sampai saat ini.
3. Terimakasih kepada (alm) Bapak yang sesekali mampir ke dalam mimpi peneliti. Sehingga peneliti bisa terus aktif dalam menyelesaikan tugas akhir

ini, sekalipun bapak sudah tidak ada, namun bapak akan selalu menjadi support sistem bagi sang peneliti hingga bisa sampai di titik ini.

4. Terimakasih kepada kekasih, Shadam Abdillah yang sudah kebersamai selama ini dan menjadi support sistem selama proses penyusunan skripsi dan penelitian ini. Terimakasih sudah menjadi tempat bagi peneliti untuk berkeluh kesah dan selalu sigap kapanpun peneliti butuh dan sudah setia menemani hingga pada saat ini.
5. Terimakasih kepada kakak – kakak terutama abang yang berada di Bangka. Terimakasih untuk bantuannya selama ini yang sudah ikut andil dalam menyelesaikan administrasi keuangan. Sehingga peneliti bisa melanjutkan studinya dengan tepat waktu. Semoga abngn dan kakak – kakak semua sehat dan panjang umur.
6. Terimakasih kepada teman seperjuangan, Tasya Novanti dan Natasha Anggira selaku teman dekat peneliti yang sudah kebersamai dan selalu memberikan solusi hingga terselesaikannya penelitian ini.
7. Seluruh peserta yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
8. Seluruh keluarga peneliti yang selalu memberikan doa dan dukungannya. Semoga selalu diberikan keberkahan dan kerahmatan, serta kesehatan sepanjang hidup.
9. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
10. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana. Terimakasih atas kemudahan birokrasi yang telah diberikan kepada peneliti.



11. Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
12. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT. menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amiin.
13. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
14. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian.
15. Kepada seluruh pihak yang membantu dan memberikan masukan, motivasi, dukungan, dan doa baik secara langsung maupun tidak langsung. Yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Semoga Tuhan membalas ketulusan hati dan kebaikan yang diberikan kepada peneliti.

Peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak dan penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 04 Juli 2024

Penulis



MELINDA

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II	13
KAJIAN TEORITIS, KERANGKA KOSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Teoritis	13
1. Manajemen Pemasaran	13
a. Definisi Pemasaran Manajemen	13
b. Konsep Pemasaran	14
2. Perilaku Konsumen	15
a. Definisi Perilaku konsumen	15
b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku konsumen	16
3. <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)	18
a. Pengertian Theory of Reason Action (TRA)	18
b. Nilai Kerangka TRA, TPB, dan IBM	21
4. Keputusan Pembelian	22
a. Pengertian Keputusan Pembelian	22
b. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	22
5. Kualitas Produk	23

a.	<b>Pengertian Kualitas Produk</b>	23
b.	<b>Dimensi dan Indikator Kualitas Produk</b>	24
6.	<b>Promosi</b>	25
a.	<b>Pengertian Promosi</b>	25
b.	<b>Dimensi dan Indikator Promosi</b>	25
7.	<b>Persepsi harga</b>	26
a.	<b>Pengertian Persepsi harga</b>	26
b.	<b>Dimesi dan Indikator Persepsi harga</b>	27
8.	<b>Penelitian Terdahulu</b>	28
B.	<b>Pengembangan Hipotesis</b>	35
1.	<b>Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian</b>	35
2.	<b>Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian</b>	36
3.	<b>Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian</b>	36
<b>BAB III</b>		<b>37</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>		<b>37</b>
A.	<b>Waktu dan Tempat Penelitian</b>	37
B.	<b>Desain Penelitian</b>	37
C.	<b>Definisi dan Operasional Variabel</b>	38
1.	<b>Definisi Variabel</b>	38
2.	<b>Operasional Variabel</b>	39
D.	<b>Skala Pengukuran</b>	42
E.	<b>Populasi dan Sampel Penelitian</b>	42
1.	<b>Populasi</b>	42
2.	<b>Sampel</b>	43
F.	<b>Metode Pengumpulan Data</b>	44
G.	<b>Metode Analisis Data</b>	45
1.	<b>Analisis Deskriptif</b>	45
2.	<b>Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least Square (PLS)</b>	45
3.	<b>Langkah - Langkah Pengujian PLS</b>	46
vi.	<b>Measurement Model (Outer Model)</b>	46
I.	<b>Uji Validitas</b>	46
II.	<b>Uji Realibilitas</b>	47
vii.	<b>Model Struktural (Inner Modal)</b>	48

<b>BAB IV</b>	<b>51</b>
<b>Hasil dan Penelitian</b>	<b>51</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b>	51
<b>B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif</b>	52
<b>1. Hasil Analisis Deskriptif Responden</b>	53
<b>a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</b>	53
<b>b. Karakteristik Responden berdasarkan Usia</b>	53
<b>2. Hasil Uji Statistik Deskriptif</b>	55
<b>a. Deskripsi Jawaban Variabel Kualitas Produk</b>	55
<b>b. Deskripsi Jawaban Variabel Promosi</b>	56
<b>c. Deskripsi Jawaban Variabel Persepsi harga</b>	57
<b>d. Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian</b>	58
<b>C. Hasil Uji Instrumen Penelitian</b>	59
<b>1. Uji Model Pengukuran (Outer Model)</b>	59
<b>a. Hasil Pengujian (Convergent Validity)</b>	59
<b>b. Uji Validitas Deskriminan (Discriminant Validity)</b>	61
<b>c. Uji Reliabilitas</b>	62
<b>2. Inner Model</b>	63
<b>a. R-Square</b>	63
<b>b. Q-Square</b>	64
<b>c. F-Square</b>	64
<b>d. Path Coefficients</b>	65
<b>e. Pembahasan Hasil Penelitian</b>	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>69</b>
<b>A. Kesimpulan</b>	69
<b>B. Saran</b>	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Top Brand Obat Masuk Angin 2018 - 2022	5
Tabel 2.1	Jurnal Penelitian Sebelumnya	28
Tabel 3.1	Operasional Variabel	39
Tabel 3.2	Skala Likert	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3	Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 4.4	Uji Deskriptif Variabel Promosi	56
Tabel 4.5	Uji Deskriptif Variabel Persepsi Harga	57
Tabel 4.6	Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Convergent Validity	59
Tabel 4.8	Average Variance Extracted	61
Tabel 4.9	Cross Loading	62
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha & Composite Reliability)	63
Tabel 4.11	Nilai R-Square	63
Tabel 4.12	Nilai Q-Square	64
Tabel 4.13	Nilai F-Square	64
Tabel 4.14	Hasil Path Coefficient	65



### **Daftar Gambar**

Gambar 1.1 Nilai dan Pertumbuhan PDB Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional (2010-2021)	3
Gambar 1.2 Data Hasil Pra Survey	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	60

