

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MEMBELI TAS WANITA**
(Studi Kasus pada Toko Tas Mayomi Senen Jaya Jakarta Pusat)

SKRIPSI

OLEH :
MARDATILLAH
211000218



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI TAS WANITA (Studi Kasus pada Toko Tas Mayomi Senen Jaya Jakarta Pusat)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 21 Oktober 2015



Mardatillah
NPK 211000218

PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MEMBELI TAS WANITA
(Studi Kasus pada Toko Tas Mayomi Senen Jaya Jakarta Pusat)**

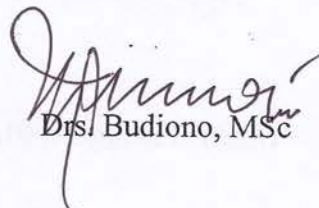
dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia (STEI), Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Ir. Diah Pranitasari, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 18 Agustus 2015

Menyetujui
Pembimbing,


Ir. Diah Pranitasari, MM

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,


Drs. Budiono, MSc


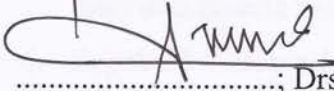
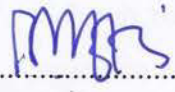
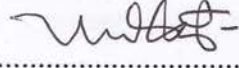

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MEMBELI TAS WANITA
(Studi Kasus pada Toko Tas Mayomj Senen Jaya Jakarta Pusat)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal 16 September 2015 dengan nilai B

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Budiono, M.Sc (Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2. ; Drs. Sumitro, M.Sc (Sekretaris Prodi S-1 Manajemen)
3. ; Ir. Diah Pranasari, MM (Pembimbing)
4. ; Doddi Prastuti, SE, MBA (Anggota Penguji)
5. ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS (Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Ir. Diah Pranitasari. MM, atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
3. Bapak Drs. Budiono, M.Sc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen STEI , atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
6. Bapak H. Musa selaku pemilik Toko Tas Mayomi yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu peneliti. Skripsi ini tidak mungkin berjalan tanpa bantuan kalian.
8. Orang yang paling berperan, kedua Orang Tua dan, Kakak. Mereka selalu memberikan dukungan moril maupun materil kepada.
9. Orang-orang terdekat, Muchamad Luthfiansyah, Woro Indarti dan Novi Eka yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen, STEI angkatan 2010 kelas C, atas kebersamaan dan persahabatan yang diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.

11. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, atas semua pelajaran, pengalaman, kebaikan yang telah kalian berikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Agustus 2015

Mardatillah
NPK 211000218

Mardatillah NPK 211000218 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Ir. Diah Pranitasari, MM.
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI TAS WANITA (STUDI KASUS PADA TOKO TAS MAYOMI SENEN JAYA JAKPUS)	
ABSTRAK	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan konsumen membeli tas wanita pada Toko Tas Mayomi, Senen Jaya Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan koefisien korelasi dan pengujian hipotesis sebagai alat analisis, dengan menggunakan data primer melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli tas wanita dari Toko Tas Mayomi, dengan sampel sebanyak 58 orang. Data diambil dalam periode April sampai dengan Juni 2015.</p> <p>Hasil hitungan koefisien determinasi X_1 dengan Y sebesar 0,264 yang berarti pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli adalah lemah dengan kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli ($KD_{Y1.23}$) adalah sebesar 6,9%, Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli sebesar 6,9% sedangkan sisanya sebesar 93,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Adapun nilai koefisien determinasi variabel harga terhadap keputusan konsumen membeli ($KD_{Y2.13}$) adalah sebesar 39,3%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap keputusan konsumen membeli sebesar 39,3%, sedangkan sisanya sebesar 60,7% dipengaruhi oleh variabel lain.</p> <p>Nilai koefisien determinasi variabel promosi terhadap keputusan konsumen membeli ($KD_{Y3.12}$) adalah sebesar 45,4%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen membeli adalah 45,4%, sedangkan sisanya sebesar 54,6% dipengaruhi variabel lain. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan $\alpha = 5\%$ secara parsial maupun simultan, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga dan promosi dengan keputusan konsumen membeli tas wanita pada Toko Tas Mayomi</p>	
<i>Kata kunci : Kualitas produk, harga, promosi, keputusan membeli</i>	

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Masalah Penelitian	1
1.1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.1.2. Perumusan Masalah Pokok	2
1.1.3. Spesifik Masalah Pokok	2
1.2. Kerangka Teori	3
1.2.1. Identifikasi Variabel-variabel penelitian.....	3
1.2.2. Uraian Konseptual tentang Variabel.....	3
1.2.3. Hipotesis penelitian	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.3.1. Tujuan Penelitian	4
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	5

Halaman

BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Konsep pemasaran	10
2.2.2. Pengertian produk	11
2.2.3. Definisi kualitas produk	12
2.2.4. Pengertian harga	13
2.2.5. Bauran pemasaran	13
2.2.6. Promosi.....	15
2.2.7. Tahap-tahap pelaksanaan promosi	17
2.2.8. Pengertian keputusan membeli.....	19
2.3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	21
BAB III PROSEDUR PENELITIAN	29
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.2. Strategi dan Metoda Penelitian	29
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.3.1. Populasi penelitian	30
3.3.2. Sampel penelitian	30
3.4. Unit-unit Analisis Penelitian	31
3.5. Metode Pengumpulan Data	31
3.6. Instrumen Pengumpulan Data	33
3.6.1. Instrumen Penelitian	33
3.6.2. Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.7. Metode Analisis Data	33
3.7.1. Metode Pengolahan Data	37
3.7.2. Metode Penyajian Data	35

Halaman

BAB IV HASIL-HASIL PENELITIAN	41
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	41
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan	41
4.2. Deskripsi Responden dan Data.....	42
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	43
4.3.1. Uji validitas	43
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	45
4.4. Analisis Statistik Data	47
4.4.1. Koefisien Determinasi parsial	47
4.4.2. Koefisien Determinasi Berganda.....	48
4.5. Pengujian Hipotesis	48
4.5.1. Pengujian Hipotesis secara Parsial	48
4.5.2. Pengujian Hipotesis secara Berganda.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran-saran	51
DAFTAR KUTIPAN	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Kriteria Instrumen Pengukuran Data	31
Tabel 3.2. Indikator dan Sub Indikator Penelitian	32
Tabel 4.1. Data Responden Menurut Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2. Data Responden Menurut Usia	42
Tabel 4.3. Data Responden Menurut Jenis pekerjaan	43
Tabel 4.2. Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	44
Tabel 4.5. Pengujian Validitas Variabel Harga (X_2)	44
Tabel 4.6. Pengujian Validitas Variabel Promosi (X_3)	45
Tabel 4.7. Pengujian Validitas Variabel Keputusan Membeli (Y)	45
Tabel 4.8. Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 4.9. Pengujian Reliabilitas Variabel Harga	46
Tabel 4.10. Pengujian Reliabilitas Variabel Promosi	46
Tabel 4.11. Pengujian Reliabilitas Variabel Keputusan Membeli	47
Tabel 4.12. Analisis Koefisien Korelasi Parsial Kualitas Produk dengan keputusan membeli (X_1 dan Y)	47
Tabel 4.13. Koefisien Korelasi Parsial Harga dengan Keputusan Membeli (X_2 dan Y)	48
Tabel 4.14. Koefisien Korelasi Parsial Promosi dengan keputusan membeli (X_3 dan Y)	48
Tabel 4.15. Koefisien Korelasi Berganda	49
Tabel 4.16. Uji Simultan (Uji F)	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	55
Lampiran 2. Skor Variabel Kualitas Produk	60
Lampiran 3. Skor Variabel Harga.....	61
Lampiran 4. Skor Variabel Promosi	62
Lampiran 5. Skor Variabel Keputusan Membeli	63
Lampiran 6 . Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	64
Lampiran 7. Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	65
Lampiran 8. Uji Validitas Variabel Promosi (X_3)	66
Lampiran 9. Uji Validitas Keputusan membeli (Y)	67
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X_1)	68
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Harga (X_2)	69
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X_3)	70
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Membeli (Y)	71
Lampiran 14. Hasil Pengolahan Data untuk Perhitungan Nilai Koefisien Korelasi Parsial Kualitas Produk	72
Lampiran 15. Hasil Pengolahan Data untuk Perhitungan Nilai Koefisien Korelasi Parsial Harga.....	73
Lampiran 16. Hasil Pengolahan Data untuk Perhitungan Nilai Koefisien Korelasi Parsial Promosi	74
Lampiran 17. Hasil Pengolahan Data untuk Perhitungan Nilai Koefisien Determinasi	75
Lampiran 18. Daftar Riwayat Hidup	76

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MEMBELI TAS WANITA
(Studi Kasus pada Toko Tas Mayomi Senen Jaya Jakarta Pusat)

SKRIPSI

OLEH :
MARDATILLAH
211000218



PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Mardatillah
NPK : 211000218
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 13 Oktober 1992
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl Sawo III No. 6 Rt 06/07 Harapan Baru
Kelurahan Kota Baru Kecamatan Bekasi Barat
Bekasi 17133
Telepon : 021-886-1182 / 0838-7780-7672

Pendidikan Formal

SDN Pulogebang 05/pg, Jakarta : Lulus Tahun 2004
SMPN 172, Jakarta : Lulus Tahun 2007
SMAN 89, Jakarta : Lulus Tahun 2010
STIE Indonesia, Jakarta : Tahun 2010 sampai sekarang