

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT MATAHARI
DEPARTMENT STORE DI ARION MALL**

**(Studi Kasus Masyarakat di Wilayah RT 011/RW 014 Kelurahan Cipinang
Besar Utara)**

SKRIPSI

HUSNUL HADI

21160000249



PROGRAM STUDI STRATA 1 SEKOLAH MANAJEMEN

TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT MATAHARI
DEPARTMENT STORE DI ARION MALL**

**(Studi Kasus Masyarakat di Wilayah RT 011 / RW 014 Kelurahan Cipinang
Besar Utara)**

SKRIPSI

HUSNUL HADI

21160000249



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

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN SEKOLAH TINGGI ILMU

EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT MATAHARI DEPARTMENT STORE DI ARION MALL

**(Studi Kasus Masyarakat di Wilayah RT 011 / RW 014 Kelurahan Cipinang
Besar Utara)**

Yang disusun untuk melengkai sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta adalah sejauh ini yang Saya ketahui bukanlah bukan hasil karya tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang telah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 16 Februari 2021



HUSNUL HADI

NPM 21160000249

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT MATAHARI DEPARTMENT STORE DI ARION MALL.

**(Studi Kasus Masyarakat di Wilayah RT 011 / RW 014 Kelurahan Cipinang
Besar Utara)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Rutinaias Haholongan, SE., M.M. dan diketahui oleh kepala program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonmi Indonesia, Jakarta.

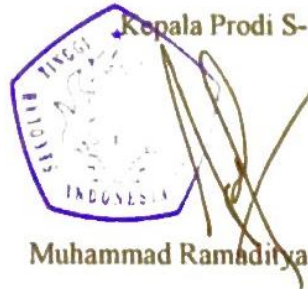
Jakarta, 16 Febuari 2021

Pembimbing,



Rutinaias Haholongan, SE., M.M

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

14/2/2021

HALAMAN PENGESAHAN





Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT MATAHARI DEPARTMENT STORE DI ARION MALL

**(Studi Kasus Masyarakat di Wilayah RT 011 / RW 014 Kelurahan Cipinang
Besar Utara)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 24 Februari 2021 dengan nilai B+

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Rutnias Haholongan, SE., MM
(Pembimbing)
3.  : Budiono, Drs, M.Sc.
(Anggota Penguji)
4.  : Engkur, S.IP., ME, Dr
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat diberi kemudahan dalam menyelesaikan tugas Skripsi yang merupakan sebagian, syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (SM) dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan semangat dari berbagai pihak, sehingga semua hambatan yang dihadapi dapat dengan perlahan bisa segera dilalui. Pada kesempatan kali ini penulis mengungkapkan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Ibu Rutinaias Haholongan, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah berjasa untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan yang baik dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
2. Bapak Budiono, Drs, M.Sc dan Ibu Engkur, S.IP., ME, Dr selaku Dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, MSc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Muhammad Ramaditya BBA., MSc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah banyak memberikan ilmu –ilmunya selama menjalani perkuliahan.
6. Bapak Sasmito Adi selaku Ketua RT 011 yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di wilayah RT011/RW014 Kelurahan Cipinang Besar Utara.
7. Ketua orang tua yang tidak pernah putus memberikan do`a, semangat, materi, dukungan mental dalam memberikan motivasi dan bantuan dalam penyelesaian penulisan Skripsi.
8. Dodi, Arya, Ridho, Denty, dan Nadya selaku teman yang telah memberikan arahan dan motivasi dalam penulisan Skripsi ini.
9. Teman – teman S-1 Manajemen angkatan 2016 yang selalu memberikan dukungan agar bisa mencapai gelar Sarjana bersama – sama.

Peneliti menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih ada kekurangan dan kelemahan, untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik agar penelitian menjadi sempurna.

Jakarta, 16 Februari 2021



HUSNUL HADI

NPM 21160000249

2.2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.2.2 Kualitas Produk.....	21
2.2.2.1 Tingkatan Produk.....	21
2.2.2.2 Deferensiasi Produk.....	23
2.2.2.3Indikator kualitas produk.....	28
2.2.3 Harga.....	29
2.2.3.1 Penetapan Harga Bauran Produk.....	29
2.2.3.2 Memilih tujuan Penetapan Harga.....	32
2.2.3.3 Indikator Harga.....	34
2.2.4 Promosi.....	35
2.2.4.1 Bauran Promosi.....	36
2.2.4.2 Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi bauran Promosi.....	38
2.2.4.3 Indikator Promosi.....	39
2.3 Hubungan antara variable penelitian.....	40
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	42
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	42
2.5 Keraangka Konseptual Penelitian.....	42
BAB III METODA PENELITIAN.....	44
3.1 Strategi Penelitian.....	44
3.2 Populasi dan Sampel.....	44

3.2.1 Populasi Penelitian.....	44
3.2.2 Sampel Penelitian.....	44
3.2.3 Interval Data.....	45
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	46
3.3.1 Jenis Data.....	46
3.3.2 Metode pengumpulan Data.....	47
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	48
3.5 Metoda Analisis Data.....	54
3.5.1 Pengolahan Data.....	54
3.5.2 Analisis Statistik Data.....	55
3.5.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	56
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	60
4.2 Deskripsi Responden.....	61
4.3 Deskripsi Data.....	64
4.3.1 Variabel Kualitas Produk (X1).....	64
4.3.2 Variabel Harga (X2).....	72
4.3.3 Variable Promosi(X3).....	77
4.3.4 Variable Keputusan Pembelian (Y).....	82
4.4 Analisis Statistik Data.....	88
4.4.1 Uji Validitas.....	88
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	91
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (KD).....	92
4.4.3.1 Analisis Koefisien Determinasi secara Parsial.....	92
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi secara Simultan.....	94

4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	95
4.4.4.1 Uji t.....	95
4.4.4.2 Uji F.....	96
4.5 Temuan Hasil Penelitian.....	97
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	97
4.5.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	98
4.5.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	98
4.5.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan pembelian.....	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	101
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Penelitian Selanjutnya.....	102
5.3.1 Keterbatasan Penelitian.....	102
5.3.2 Penelitian Selanjutnya.....	103
DAFTAR REFERENSI.....	104
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Interval Pengukuran.....	46
Tabel 3.2	Skor pada jawaban Kuesioner (Skala <i>likert</i>).....	48
Tabel 3.3	Indikator Kualitas Produk(X1).....	50
Tabel 3.4	Indikator Harga (X2).....	51
Tabel 3.5	Indikator Promosi(X3).....	52
Tabel 3.6	Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan jumlah pendapatan per bulan...	63
Tabel 4.5	Deskripsi Responden jumlah yang berlangganan produk Pt. Matahari Mall.....	63
Tabel 4.6	Tanggapan Responden atas pernyataan Pertama Kualitas Produk...	65
Tabel 4.7	Tanggapan Responden atas pernyataan Kedua Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.8	Tanggapan Responden atas pernyataan Ketiga Kualita Produk.....	66
Tabel 4.9	Tanggapan Responden atas pernyataan Keempat Kualitas Produk	66
Tabel 4.10	Tanggapan Responden atas pernyataan Kelima Kualitas Produk...	67
Tabel 4.11	Tanggapan Responden atas pernyataan Keenam Kualitas Produk	68
Tabel 4.12	Tanggapan Responden atas pernyataan Ketujuh Kualitas Produk...	68
Tabel 4.13	Tanggapan Responden atas pernyataan Kedelapan Kualitas Produk	69
Tabel 4.14	Tanggapan Responden atas pernyataan Kesembilan Kualitas Produk	69
Tabel 4.15	Tanggapan Responden atas pernyataan Kesepuluh Kualitas Produk	

	70
Tabel 4.16	Tanggapan Responden atas pernyataan Kesebelah Kualitas Produk	71
Tabel 4.17	Tanggapan Responden atas pernyataan Kedua belas Kualitas Produk	71
Tabel 4.18	Tanggapan Responden atas pernyataan Pertama Harga	73
Tabel 4.19	Tanggapan Responden atas pernyataan Kedua Harga.....	73
Tabel 4.20	Tanggapan Responden atas pernyataan Ketiga Harga.....	74
Tabel 4.21	Tanggapan Responden atas pernyataan Keempat Harga.....	74
Tabel 4.22	Tanggapan Responden atas pernyataan Kelima Harga.....	75
Tabel 4.23	Tanggapan Responden atas pernyataan Keenam Harga.....	75
Tabel 4.24	Tanggapan Responden atas pernyataan Ketujuh Harga.....	76
Tabel 4.25	Tanggapan Responden atas pernyataan Kedelapan Harga.....	77
Tabel 4.26	Tanggapan Responden atas pernyataan Pertama Promosi.....	78
Tabel 4.27	Tanggapan Responden atas pernyataan Kedua Promosi.....	79
Tabel 4.28	Tanggapan Responden atas pernyataan Ketiga Promosi.....	79
Tabel 4.29	Tanggapan Responden atas pernyataan Keempat Promosi.....	80
Tabel 4.30	Tanggapan Responden atas pernyataan Kelima Promosi.....	80
Tabel 4.31	Tanggapan Responden atas pernyataan Keenam Promosi.....	81
Tabel 4.32	Tanggapan Responden atas pernyataan Ketujuh Promosi.....	81
Tabel 4.33	Tanggapan Responden atas pernyataan Kedelapan Promosi	82
Tabel 4.34	Tanggapan Responden atas pernyataan Pertama Keputusan Pembelian	83
Tabel 3.35	Tanggapan Responden atas pernyataan Kedua Keputusan Pembelian	84
Tabel 3.36	Tanggapan Responden atas pernyataan Ketiga Keputusan Pembelian	84

Tabel 3.37	Tanggapan Responden atas pernyataan Keempat Keputusan Pembelian	85
Tabel 3.38	Tanggapan Responden atas pernyataan Kelima Keputusan Pembelian	85
Tabel 3.39	Tanggapan Responden atas pernyataan Keenam Keputusan Pembelian	86
Tabel 4.40	Tanggapan Responden atas pernyataan Ketujuh Keputusan Pembelian	87
Tabel 4.41	Tanggapan Responden atas pernyataan Kedelapan Keputusan Pembelian	87
Tabel 4.42	Validitas Instrumen pernyataan Kualitas Produk.....	88
Tabel 4.43	Validitas Instrumen pernyataan Harga.....	89
Tabel 4.44	Validitas Instrumen pernyataan Promosi.....	90
Tabel 4.45	Validitas Instrumen pernyataan Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 4.46	Hasil Uji Reliabilitas.....	92
Tabel 4.47	Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	92
Tabel 4.48	Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	93
Tabel 4.49	Koefisien Determinasi Promosi terhadap Keputusan Pembelian	93
Tabel 4.50	Koefisien Determinasi Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4.51	Hasil Uji t.....	95
Tabel 4.52	Hasil Uji f.....	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pembelian Produk di Matahari Mall.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Logo PT. Matahari Departemen Store.....	60
Gambar 4.2 Diagram skala likert variabel Kualitas Produk.....	64
Gambar 4.3 Diagram skala likert variabel Harga.....	72
Gambar 4.4 Diagram skala likert variabel Promosi.....	78
Gambar 4.5 Diagram skala likert variabel Keputusan Pembelian.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 2. Data Karakteristik Responden.....	113
Lampiran 3. Untuk Skor Variable Kualitas Produk.....	122
Lampiran 4. Untuk Skor Variabel Harga.....	127
Lampiran 5. Untuk Skor Variabel Promosi.....	133
Lampiran 6. Untuk Skor Variabel Keputusan Pembelian.....	139
Lampiran 7. Hasil Output SPSS 26.0 Uji Tabel Frekuensi Kualitas Produk.....	145
Lampiran 8. Hasil Output SPSS 26.0 Uji Tabel Frekuensi Harga.....	148
Lampiran 9. Hasil Output SPSS 26.0 Uji Tabel Frekuensi Promosi.....	150
Lampiran 10. Hasil Output SPSS 26.0 Uji Tabel Frekuensi Keputusan Pembelian....	152
Lampiran 11. Hasil Output SPSS 26.0 Uji validitas Kualitas Produk.....	155
Lampiran 12. Hasil Output SPSS 26.0 Uji validitas Harga.....	156
Lampiran 13. Hasil Output SPSS 26.0 Uji validitas Promosi.....	157
Lampiran 14. Hasil Output SPSS 26.0 Uji validitas Keputusan Pembelian.....	158
Lampiran 15. Hasil Output SPSS 26.0 Uji Reabilitas Kualitas Produk.....	158
Lampiran 16. Hasil Output SPSS 26.0 Uji Reabilitas Harga.....	159
Lampiran 17. Hasil Output SPSS 26.0 Uji Reabilitas Promosi.....	160
Lampiran 18. Hasil Output SPSS 26.0 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian.....	161
Lampiran 19. Hasil Output SPSS 26.0 Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	162
Lampiran 20. Hasil Output SPSS 26.0 Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	163
Lampiran 21. Hasil Output SPSS 26.0 Koefisien Determinasi Promosi terhadap Keputusan Pembelian	164
Lampiran 22. Hasil Output SPSS 26.0 Koefisien Determinasi Kualitas Produk, Harga,	

Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	165
Lampiran 23. Hasil Output SPSS 26.0 Hipotesis uji t.....	166
Lampiran 24. Hasil Output SPSS 26.0 Hipotesis uji F.....	166
Lampiran 25. Keterangan Surat Riset.....	167
Lampiran 26. Daftar Riwayat Hidup.....	168

Husnul hadi

Dosen Pembimbing:

21160000249

Ibu Rutinaias Haholongan, SE., MM

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT MATAHARI
DEPARTMENT STORE DI ARION MALL**

**(Studi Kasus Masyarakat di Wilayah RT 011 / RW 014 Kelurahan
Cipinang Besar Utara)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk PT Matahari Departemen Store di Arion Mall. Strategi penelitian yang digunakan ialah Strategi asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di wilayah RT 011 / RW 014 kelurahan Cipinang Besar Utara dengan jumlah populasi sebanyak 450 penduduk dan jumlah tersebut dihitung menggunakan rumus slovin, lalu memperoleh populasi sebanyak 212 responden sebagai sampel dalam penelitian.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yang di analisis menggunakan koefisien determinasi dengan Program SPSS (*Software Product and Service Solution*) versi 26.0 dan dilakukan pengujian Hipotesis dengan Uji koefisien Determinasi, Uji t, Uji f.

Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif secara bersama – sama terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci :Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian

Husnul hadi

Dosen Pembimbing:

21160000249

Ibu Rutinaias Haholongan, SE., MM

Program Studi S-1 Manajemen

***EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON
PRODUCT PURCHASE DECISION OF PT MATAHARI DEPARTMENT
STORE AT ARION MALL***

***(Case Study of Community in RT 011 / RW 014 Kelurahan Cipinang Besar
Utara)***

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price, and promotion on product purchasing decisions of PT Matahari Department Store at Arion Mall. The research strategy used is an associative strategy. The population in this study were the people in the RT 011 / RW 014 Cipinang Besar Utara village with a population of 450 and this number was calculated using the Slovin formula, then obtaining a population of 212 respondents as the sample in the study.

This research is a type of quantitative research, which is analyzed using the coefficient of determination with the SPSS (Software Product and Service Solution) version 26.0 program and hypothesis testing is carried out with the coefficient of determination test, t test, f test.

The results of this study indicate that product quality has a positive effect on purchasing decisions. Price has a positive effect on purchasing decisions. Promotion has a positive effect on purchasing decisions. product quality, price, and promotion together have a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, and Purchase Decisions