

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Pada Toko Indomaret HO PIK Jakarta)**

**SKRIPSI**

**SURYO PRIAMBODO  
2116000038**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Pada Toko Indomaret HO PIK Jakarta)**

**SKRIPSI**

**SURYO PRIAMBODO**

**2116000038**



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

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

**2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Toko Indomaret HO PIK Jakarta)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 6 Agustus 2021



MATERAI

**SURYO PRIAMBODO**

NPM 2116000038

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Toko Indomaret HO PIK Jakarta)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Pembimbing,



Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM..

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.


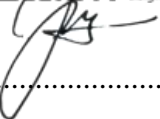
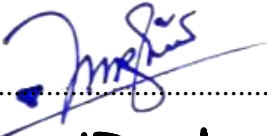
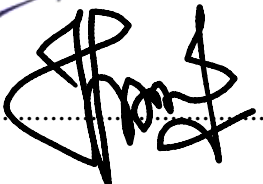
## HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Toko Indomaret HO PIK Jakarta)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal **6 Agustus 2021** dengan nilai \_\_\_\_\_

#### **Panitia Ujian Karya ilmiah**

1. ; Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM.  
(Pembimbing)
3. ; Dr. M. Anhar, M.Si.,Ak.,CA.  
(Anggota Penguji)
4. ; Imelda Aprileny, SE., MM  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

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

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

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Ibu Dr. Ir. Diah Pranasari, MM selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc. selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pihak Toko Indomaret HO PIK yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Kedua Orang Tua Ahmad Hambali dan Tri Purwatiningsih, serta adik saya Ayu Bening Ambar Arum yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan Tante Tuti, Pakde Budi, Om Anto, Tante Zeni dan Sepupu saya Rony yang selama ini mengurus saya dari awal sampai akhir selama kuliah di STEI.
9. Teman teman STEI angkatan kelas A 2016 terutama (Irwan, Gita, Novi, Kevin, Andini, Irfan dan April) yang telah mendoakan dan memberikan

semangat selama ini dan mas Abdul Khafidz yang sudah mau terus direpotkan untuk nitip berkas ke kampus dan yang menjadi teman seperjuangan selama skripsi ini di tempat kerja.

10. Untuk sahabat-sahabat ku di Tempat kerja yang se-frekuensi (Teguh, Ade, Ikhlas, Aris dan Suaka) yang sudah memberikan banyak hiburan, masukan, semangat, motivasi untuk membantu mengerjakan skripsi dan selalu sabar mendengarkan keluh kesah dan curahan hati ketika sedang unmood.
11. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 6 Agustus 2021



**SURYO PRIAMBODO**

NPM 21160000038

# HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SURYO PRIAMBODO  
NPM : 21160000038  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

## **PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Toko Indomaret HO PIK)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 6 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Suryo Priambodo



Suryo Priambodo  
NPM : 2116000038  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM.

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Pada Toko Indomaret HO PIK)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK.

Strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif. Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pada Toko Indomaret HO PIK berjumlah 100 orang. Alat analisis yang digunakan SPSS dengan Teknik Regesi Multiple atau Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK, secara parsial terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK dan secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK serta secara simultan terdapat pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK.

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

Suryo Priambodo  
NPM : 21160000038  
Programme Study S-1 Management

*Advisor Lecturer :*  
Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM.

***INFLUENCE OF PROMOTION, PRICE, AND PRODUCT  
QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS  
(Case Study at Indomaret HO PIK Store)***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of promotion, price and product quality on consumer purchasing decisions at Indomaret HO PIK Stores.*

*The strategy used is an associative strategy. The research method used in this study is a survey method, using a questionnaire as a data collection tool. Respondents who became the sample in this study were 100 people at the Indomaret HO PIK Store. The analytical tool used is SPSS with Multiple or Multiple Regression Techniques.*

*The results showed that partially there was a significant effect of promotion on consumer purchasing decisions at the HO PIK Indomaret Store, partially there was a significant effect of price on consumer purchasing decisions at the HO PIK Indomaret Store and partially there was a significant effect of product quality on consumer purchasing decisions at the Indomaret Store. HO PIK and simultaneously there is the influence of promotion, price and product quality on consumer purchasing decisions at the Indomaret HO PIK Store*

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

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL SAMPUL LUAR .....	i
HALAMAN JUDUL SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. <i>Review</i> Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Pemasaran .....	13
2.2.2. Promosi .....	15
2.2.3. Harga .....	18
2.2.4. Kualitas produk .....	23
2.2.5. Keputusan pembelian konsumen.....	26

	<b>Halaman</b>
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian .....	33
2.3.1. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	33
2.3.2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	33
2.3.3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	34
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	34
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	35
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	37
3.2. Populasi dan Sampel .....	37
3.2.1. Populasi penelitian.....	37
3.2.2. <i>Sampling</i> dan sampel penelitian .....	38
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	39
3.3.1. Data Penelitian.....	39
3.3.2. Metoda pengumpulan data .....	40
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	41
3.5. Metoda Analisis Data .....	45
3.5.1. Metoda Pengolahan Data.....	45
3.5.2. Metoda Penyajian Data.....	45
3.5.3. Analisis Statistik Data .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	53
4.2. Deskripsi Responden.....	54
4.3. Deskripsi Data.....	57
4.3.1. Deskripsi data variabel promosi .....	57
4.3.2. Deskripsi data variabel harga .....	58
4.3.3. Deskripsi data variabel kualitas produk .....	58
4.3.4. Deskripsi data variabel keputusan pembelian konsumen	59

	<b>Halaman</b>
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	60
4.4.1. Uji validitas .....	60
4.4.2. Uji reliabilitas .....	61
4.5. Analisis Statistik Data .....	62
4.5.1. Uji Asumsi Klasik .....	62
4.5.2. Analisis koefisien determinasi.....	65
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
5.1. Simpulan .....	77
5.2. Saran.....	78
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	79
DAFTAR REFERENSI .....	80
LAMPIRAN.....	82

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1.</b> Data Top Brand Index menurut Minimarket pada tahun 2019 dan 2020.....	3
<b>Tabel 3.1.</b> Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian .....	41
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator dan Variabel Penelitian.....	43
<b>Tabel 4.1.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	60
<b>Tabel 4.2.</b> Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	61
<b>Tabel 4.3.</b> Uji Normalitas .....	62
<b>Tabel 4.4.</b> Uji Multikolinearitas .....	63
<b>Tabel 4.5.</b> Koefisien Determinasi Parsial Promosi ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y) .....	65
<b>Tabel 4.6.</b> Koefisien Determinasi Parsial Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y) .....	66
<b>Tabel 4.7.</b> Koefisien Determinasi Parsial Kualitas Produk ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y) .....	67
<b>Tabel 4.8.</b> Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan Variabel Promosi ( $X_1$ ), Variabel Harga ( $X_2$ ), Variabel Kualitas produk ( $X_3$ ) Terhadap Variabel Keputusan pembelian konsumen (Y) .....	68
<b>Tabel 4.9.</b> Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Promosi ( $X_1$ ), Variabel Harga ( $X_2$ ), Variabel Kualitas produk ( $X_3$ ) Terhadap Variabel Keputusan pembelian konsumen (Y) .....	69
<b>Tabel 4.10.</b> Pengujian Hipotesis Simultan Variabel Promosi ( $X_1$ ), Variabel Harga ( $X_2$ ), Variabel Kualitas produk ( $X_3$ ) Terhadap Variabel Keputusan pembelian konsumen (Y) .....	71
<b>Tabel 4.11.</b> Matriks Hasil Penelitian.....	72

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Kerangka Konseptual Penelitian .....	36
<b>Gambar 4.1.</b> Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
<b>Gambar 4.2.</b> Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
<b>Gambar 4.3.</b> Data Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir.....	55
<b>Gambar 4.4.</b> Data Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	56
<b>Gambar 4.5.</b> Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
<b>Gambar 4.6.</b> Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pelanggan.....	56
<b>Gambar 4.7.</b> Diagram Skala Likert Variabel Promosi ( $X_1$ ).....	57
<b>Gambar 4.8.</b> Diagram Skala Likert Variabel Harga ( $X_2$ ).....	58
<b>Gambar 4.9.</b> Diagram Skala Likert Variabel Kualitas produk ( $X_3$ ).....	59
<b>Gambar 4.10.</b> Diagram Skala Likert Variabel Keputusan pembelian konsumen (Y) .....	59

## **DAFTAR LAMPIRAN**

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	82
<b>Lampiran 2.</b> Rekapitulasi Data Variabel Promosi ( $X_1$ ) .....	86
<b>Lampiran 3.</b> Rekapitulasi Data Variabel Harga ( $X_2$ ).....	89
<b>Lampiran 4.</b> Rekapitulasi Data Variabel Kualitas produk ( $X_3$ ).....	92
<b>Lampiran 5.</b> Rekapitulasi Data Variabel Keputusan pembelian konsumen (Y) .....	95
<b>Lampiran 6.</b> Rekapitulasi Data Berpasangan Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ dan Y ....	98
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi ( $X_1$ ).....	101
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Harga ( $X_2$ ) .....	102
<b>Lampiran 9.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas produk ( $X_3$ ) .....	103
<b>Lampiran 10.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	105
<b>Lampiran 11.</b> Hasil Output SPSS (Deskripsi Data).....	106
<b>Lampiran 12.</b> Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial).....	107
<b>Lampiran 13.</b> Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Simultan) .....	108
<b>Lampiran 14.</b> Uji Asumsi Klasik .....	109
<b>Lampiran 15.</b> Foto Dokumentasi .....	112
<b>Lampiran 16.</b> Surat Riset Penelitian .....	116
<b>Lampiran 17.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	117