

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi konsumen *skincare* Murad klinik ORISKIN Bekasi)**

**SKRIPSI**

**LAWRA TERESIA**

**2114500398**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA**

**2019**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

### **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi konsumen skincare Murad klinik ORISKIN Bekasi)**

Disusun untuk melengkapi sebagian Persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program S-1 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 menadapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan (STEI) dan 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, 19 September 2019



NPM 2114500398

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul:

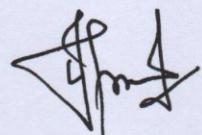
### **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi konsumen skincare Murad klinik ORISKIN Bekasi)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Menajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Ibu Imelda Aprileny.SE.ME dan diketahui oleh kepala Program Studi S-1 Menajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di program S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

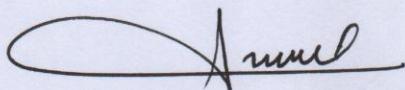
Jakarta, 19 September 2019

Pembimbing,



Imelda Aprileny.SE.ME

Kepala Program Studi S1Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

## HALAMAN PENGESAHAN

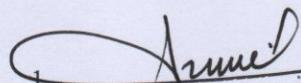
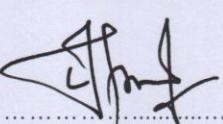
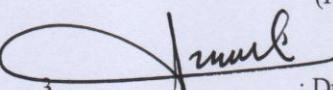
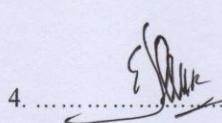
Skripsi dengan judul:

### PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi konsumen *skincare* Murad klinik ORISKIN Bekasi)

Telah diuji dalam suatu sidang diselenggarakan oleh Program S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal 19 September 2019 dengan nilai A

#### Panitia Ujian Skripsi

1. ....  ; Drs Sumitro, M.sc  
(Kaprodi S-1 Manajemen)
2. ....  ; Imelda Aprileny, SE, ME  
(Pembimbing)
3. ....  ; Drs Sumitro, Msc  
(Anggota Penguji I)
4. ....  ; Engkur, SIP, ME  
(Anggota Penguji II)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat, dan anugerah kasih karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

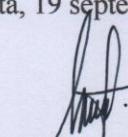
Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Imelda Aprileny, SE, ME selaku dosen pembimbing yang telah memberikan nasihat, menyediakan waktu, tenaga, pikiran, kritik dan saran yang telah diberikan untuk mengarahkan saya dalam menyediakan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc dan Ibu Engkur, SIP, ME selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap Dosen di program Studi S-1 Manajemen STEI atas berbagai macam ilmu serta bimbingan yang diberikan selama proses menyelesaikan studi.
6. Ibu Elizabeth M, SE selaku Manager Operasional di PT Indo Cantik Sehat yang telah memberi kesempatan bagi saya untuk melakukan penelitian di klinik ORISKIN Bekasi.
7. Kedua orang tua tercinta Bapak M. Gultom dan Ibu M. simangunsong, serta Keluarga Besar penulis yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, nasihat, kepercayaan yang begitu besar, dukungan penuh baik material maupun moral, serta selalu mendoakan penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada kakak saya Juliana Faulina Gultom dan abang ipar saya Hardian Roma Pardamean Siallagan yang selalu menyemangati, selalu mendoakan dan memberi dukungan material kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat saya Rizka guswita Pratiwi yang selalu membantu saya dalam Tugas dalam perkuliahan serta mendukung dengan memberikan semangat dan keyakinan kepada saya.
10. Temen dalam perkuliahan Eka, Farah, Gina, Laili, Khanza, Mega Fitri Mahdiani, Palupi, Riza, Soniati, dan lainnya yang telah meluangkan waktu dan memberikan dukungan pada saat dalam perkuliahan atau penyusunan skripsi.
11. Semua pihak yang mendukung yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan dan saran.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jakarta, 19 september 2019



Lawra Teresia

NPM 2114500398

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama	:	Lawra Teresia
NPM	:	2114560398
Program Studi	:	S-1 Manajemen
Jenis Karya	:	Skripsi

Demi pengembangan ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

### **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi konsumen skincare Murad klinik ORISKIN Bekasi)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi 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 : 19 september 2019

Yang menyatakan



Lawra Teresia

Nama : Lawra Teresia  
NPK : 2114500398  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen pembimbing :  
Imelda Aprileny, SE,ME

## PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MURAD

### ABSTRAK

Tujuan Penelitian untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *skincare* Murad. Penelitian ini dilakukan di klinik Oriskin Bekasi. Dengan metode sampel *random sampling* yang digunakan dalam penelitian ini. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif, sedangkan metode yang digunakan adalah metode survey, yaitu dimana penelitian ini mengambil sampel dari suatu populasi.

Dengan menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert, yaitu sebagai alat pegumpulan datanya dan sampel dari penelitian ini adalah 97 orang analisis statistik data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Penelitian ini menggunakan metode analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis secara parsial dan secara simultan.

Dari hasil pengujian uji t pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif yang berarti terdapat pengaruh langsung yang signifikan. Dari hasil pengujian uji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif yang berarti terdapat pengaruh langsung yang signifikan. Dari hasil pengujian uji t pengaruh harga terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif yang berarti terdapat pengaruh langsung yang signifikan. Dari hasil pengujian uji F pengaruh bauran promosi, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian yang berarti terdapat pengaruh langsung yang signifikan.

Kata kunci : Promosi, kualitas produk, harga, keputusan pembelian

Name : Lawra Teresia  
NPK : 2114500398  
S-1 Program Study Management

Supervisor Lecturer:  
Imelda Aprileny, SE, ME

## THE EFFECT OF PROMOTION, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF MURAD SKINCARE PRODUCTS

### ABSTRACT

Research Objectives to analyze the effect of promotion, product quality and price on Murad's skincare purchasing decisions. This research was conducted at the Bekasi Oriskin clinic. With the sample sampling method used in this study. The strategy used in this study is an associative strategy, while the method used is the survey method, which is where this study takes samples from a population.

By using a questionnaire measured with a Likert scale, namely as a means of gathering data and samples from this study were 97 people statistical analysis of data conducted in this study using the help of SPSS version 25. This study uses the method of coefficient of determination analysis and partial hypothesis testing and simultaneously.

From the results of t-test testing the effect of promotion on purchasing decisions has a positive effect, which means there is a significant direct effect. From the test results the influence of product quality testing on purchasing decisions has a positive effect which means there is a significant direct effect. From the results of t-test testing the effect of prices on purchasing decisions has a positive effect, which means there is a significant direct effect. From the results of the F test, the influence of the promotion mix, product quality, price on purchasing decisions means that there is a significant direct effect.

Keywords: Promotion, product quality, prices, purchasing decision

# **DAFTAR ISI**

## **Halaman**

SAMPUL DALAM .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK SKRIPSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Pengembangan Ilmu pengetahuan .....	6
1.4.2 Perusahaan .....	6
1.4.3 Peneliti .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>

2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2. Pengertian Pemasaran .....	15
2.2.1. Manajemen Pemasaran .....	15
2.2.2. Bauran Pemasaran .....	16
2.2.3. Promosi.....	17
2.2.4. Tujuan Promosi .....	18
2.2.5. Bauran Promosi .....	19
2.3. Kualitas.....	20
2.3.1 Produk .....	21
2.3.2 Klasifikasi Produk .....	22
2.3.3 Kualitas Produk.....	23
2.4 Indikator Kualitas Produk.....	24
2.4.1 Harga .....	25
2.4.2 Penetapan Harga .....	26
2.4.3 Tujuan Harga .....	27
2.4.4 Indikator Harga .....	28
2.5. Keputusan Pembelian .....	29
2.5.1 Model Dan Pengambilan Keputusan .....	30
2.5.2 Tipe Pengambilan Keputusan.....	31
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	32
2.6 Keterkaitan Antara Variable Penelitian .....	33
2.6.1 Pengaruh Baruan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian....	33
2.6.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	33

2.6.4 Pengaruh Bauran promosi,Kualitas produk,Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.6.5 Pengembangan Hipotesis .....	34
2.7 Kerangka Pemikiran .....	35
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	36
3.2. Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1. Populasi penelitian .....	37
3.2.2. Sampel penelitian .....	38
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	39
3.3.1 Studi Kepustakaan .....	39
3.3.2 Kuesioner .....	39
3.4. Jenis Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Data Primer .....	40
3.4.2 Data Sekunder .....	40
3.5 Uji Instrumen .....	41
3.6 Metode Analisa Data .....	44
3.6.1 Analisa Deskriptif .....	44
3.6.2 Analisa Kuantitatif .....	44
3.7 Uji Instrumen Penelitian .....	45
3.7.1 Uji Validitas .....	45
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	46
3.7.3 Metode Analisa .....	47
3.7.3.1 Analisis Koefisien Korelasi .....	48
3.7.3.2 Pengujian Hipotesis .....	49

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	51
4.2. Deskripsi Responden.....	51
4.3. Deskripsi Data .....	54
4.3.1 Deskripsi Data Bauran Promosi.....	54
4.3.2. Deskripsi Data Kualitas Produk.....	54
4.3.3. Deskripsi Data Harga .....	55
4.3.4. Deskripsi Data Keputusan Pembelian.....	56
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	56
4.4.1. Uji Validitas .....	56
4.4.1. Uji Reliabilitas .....	58
4.5. Analisis Statistik Data .....	58
4.5.1. Analisis Koefisien Korelasi .....	58
4.5.2. Pengujian Hipotesis .....	61
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1. Simpulan .....	64
5.2. Saran .....	64
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN ..</b>	<b>67</b>

# **DAFTAR TABEL**

## **Halaman**

<b>Tabel 3.1</b> Skala Likert .....	40
<b>Tabel 3.2</b> Uji instrumen .....	41
<b>Tabel 4.1</b> Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	52
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik responden berdasarkan usia .....	52
<b>Tabel 4.3</b> Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir .....	53
<b>Tabel 4.4</b> Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	53
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Uji Variabel Validitas Variabel-Variabel Penelitian (X1) .....	56
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Uji Reabilitas Instrumen .....	57
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi (KD1).....	58
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi (KD2).....	58
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi (KD3).....	59
<b>Tabel 4.13</b> Koefisien Determinasi Berganda (KD4) .....	59
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji t Parsial .....	60
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji F Simultan .....	62

## **DAFTAR GAMBAR**

### **Halaman**

<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Pemikiran Reoritis .....	35
<b>Gambar 4.1</b> Diagram Skala Likert Variabel Bauran Promosi.....	53
<b>Gambar 4.2</b> Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk.....	54
<b>Gambar 4.3</b> Diagram Skala Likert Variabel Harga.....	54
<b>Gambar 4.4</b> Diagram Skala Likert Variabel Keputusan pembelian .....	55

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **Halaman**

<b>Lampiran 1</b> Kuesioner Penelitian .....	66
<b>Lampiran 2</b> Hasil Kuesioner Bauran Promosi(X1).....	68
<b>Lampiran 3</b> Hasil Kuesioner Kualitas Produk (X2).....	69
<b>Lampiran 4</b> Hasil Kuesioner Harga (X3).....	69
<b>Lampiran 5</b> Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian .....	70
<b>Lampiran 6</b> Hasil Validitas Bauran Promosi (X1) .....	85
<b>Lampiran 7</b> Hasil Validitas Kualitas Produk (X2) .....	86
<b>Lampiran 8</b> Hasil Validitas Harga (X3) .....	87
<b>Lampiran 9</b> Hasil Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	88
<b>Lampiran 10</b> Hasil Korelasi Koefisien.....	89
<b>Lampiran 11</b> Hasil Hipotesis Korelasi Berganda.....	90