

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI *INTERVENING*
(Studi Kasus pada Polo Ralph Lauren Mall of Indonesia)**

SKRIPSI

ADE AYU SARI

2114000211



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

JAKARTA

2019

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI
INTERVENING
(Studi Kasus pada Polo Ralph Lauren Mall of Indonesia)**

SKRIPSI

ADE AYU SARI

2114000211



**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 KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI *INTERVENING*

(Studi Kasus pada Polo Ralph Lauren Mall of Indonesia)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi atau plagiat dari skripsi 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 bahwa unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Jakarta, 26 September 2019



Ade Ayu Sari
ADE AYU SARI
NPM211400021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI
INTERVENING
(Studi Kasus pada Polo Ralph Lauren Mall of Indonesia)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Dr. Endang Sugiharti, MSi, dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, Serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

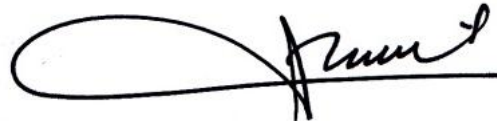
Jakarta, 26 September 2019

Pembimbing,



Dr. Endang Sugiharti, MSi

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, MSc



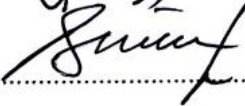

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Polo Ralph Lauren Mall of Indonesia)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 26 September 2019 dengan nilai **B+**.

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2.  ; Dr. Endang Sugiharti, MSi
(Pembimbing)
3.  ; Dr. Dian Surya S, SE, MM
(Anggota Penguji 1)
4.  : Engkur, SIP, ME
(Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE).

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

1. Ibu Dr. Endang Sugiharti, MSi, selaku dosen Pembimbing yang telah berbaik hati dan telah memberikan arahan serta masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih banyak saya ucapkan kepada ibu atas waktunya untuk memberikan saran, nasehat dan bimbingan selama proses bimbingan skripsi.
2. Bapak/Ibu selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Agustian Burda, BSBA, MBA, selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ).
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE).
5. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE)
6. Segenap Dosen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE), atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan sampai penulis menyelesaikan studi.
7. Mama Dewi dan Ayah Rusni yang telah memberikan cinta kasih, doa dan dukungan materil maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

8. Untuk Rifqi Purwasis sebagai orang terdekat dan juga Rani Juliani sebagai Kakak kandung yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi.
9. Sahabat-sahabat seperjuangan selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE), Bayu Laksono, Ditakencana Bisesa, Titah Mustika Sari, Nurul Chousyana, Imratul Khasanah, dan Siti Khoirulnisa.
10. Sahabat selanjutnya Erna dan Erni usman, Farhani Rahmah, dan Trina Nuraini yang selalu mendukung dan memberikan doa untuk menyelesaikan skripsi.
11. Untuk pihak terkait yang telah membantu dan mendoakan atas penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan atau kelemahan, untuk itu penulis mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, September 2019



ADE AYU SARI
NPM211400021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ade Ayu Sari
NPM : 2114000211
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

PENGARUH KUALITAS, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI INTERVENING (Studi Kasus pada Polo Ralph Lauren Mall of Indonesia)

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 :

Yang menyatakan,



Ade Ayu Sari

Ade Ayu Sari

NPK: 2114000321

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:

Dr. Endang Sugiharti, MSi

**PENGARUH KUALITAS, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada Polo Ralph Lauren Mall of Indonesia)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada produk Polo Ralph Lauren.

Analisis data penelitian ini menggunakan analisis jalur. Alat analisis yang digunakan adalah *SmartPLS 3.0*. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang datang ke Polo Ralph Lauren Mall of Indonesia. Jumlah sampel 100 responden dengan *simple random sampling*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Kemudian Promosi terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya Kualitas Produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, Harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, Promosi berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat dikatakan bahwa, kualitas produk, harga dan promosi memediasi pengaruh terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

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

Ade Ayu Sari NPK: 2114000321 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing: Dr. Endang Sugiharti, Msi
--	--

EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION TO PURCHASING DECISIONS AND CUSTOMER SATISFACTION

(Case Study On Polo Ralph Lauren Mall of Indonesia)

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the direct and indirect influence of product quality, price, and promotion to purchasing decisions and customer satisfaction as intervening variable on Polo Ralph Lauren

Analysis of this research data using path analysis. The analysis tool used is SmartPLS 3.0. The population of this research is customers who come to Polo Ralph Lauren Mall of Indonesia. Total sample of 100 respondents with simple random sampling.

The results of this study indicate that Product Quality is positive and significant towards purchasing decisions. Then the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Then the Promotion of the purchase decision. Furthermore Product Quality is positive but not significant to customer satisfaction, Price is positive but not significant to customer satisfaction, Promotion has a positive but not significant effect on customer satisfaction so that it can be approved that, product quality, prices and promotions mediate changes to purchasing decisions and customer satisfaction

Keywords: Product Quality, Price, Promotion Purchasing decisions and Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	1
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah Pokok Penelitian	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1. Review Penelitian Terdahulu.....	5
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Pengertian Pemasaran	13
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2.3. Pengertian Kualitas Produk	11
2.2.4. Penertian Harga.....	13
2.2.5. Pengertian Promosi	16
2.2.6. Keputusan Pembelian.....	19

2.2.7	Kepuasan Konsumen.....	24
2.3.	Hubungan antar Variabel Penelitian.....	26
2.3.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penmbelian.....	24
2.3.3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.4.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2.3.5.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2.3.6.	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2.3.7.	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen.	26
2.4.	Pengembangan Hipotesis.....	27
2.5.	Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
BAB III METODA PENELITIAN.....		29
3.1.	Strategi dan Metode Penelitian.....	29
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.2.1.	Populasi Penelitian.....	29
3.2.2.	Sampel Penelitian.....	29
3.3.	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.3.1.	Data Primer.....	32
3.3.2.	Data Sekunder.....	32
3.3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4.	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	34
3.5.	Metode Analisis Data.....	39
3.6.	Evaluasi Model.....	39
3.6.1.	Analisis Statistik Data.....	39
3.6.2.	Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Deskripsi Objek penelitian.....	44
4.2	Deskripsi Responden.....	45
4.3.	Analisis Data.....	44
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	45

4.3.2.	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	48
4.3.3.	Pengujian Hipotesis	51
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1.	Kesimpulan	55
5.2.	Saran	56
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	56
5.4.	Pengembangan Penelitian Selanjutnya	59
	DAFTAR REFERENSI	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Hipotesis Penelitian	27
Tabel 3.1. Alternatif Jawaban Responden	31
Tabel 3.2. Operasional Variabel	32
Tabel 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan usia.....	43
Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian ...	44
Tabel 4.5. Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i>	47
Tabel 4.6. Hasil Pengujian <i>Discrime Validity</i>	48
Tabel 4.7. <i>Cronbachs Alpha and Composite Reliability</i>	48
Tabel 4.8. Hasil Pengujian <i>R Square</i>	50
Tabel 4.9. Nilai <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	51
Tabel 4.10. Hasil Pengujian <i>direct effect</i>	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Jalur	28
Gambar 4.1. Hasil Pengujian <i>Outer Model</i>	45
Gambar 4.2. Hasil Pengujian <i>Inner Model</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Lembar Kuisisioner Penelitian.....	59
Lampiran 2. Skor Penelitian kualitas	64
Lampiran 3. Skor Penelitian Harga.....	68
Lampiran 4. Skor Penelitian Promosi	72
Lampiran 5. Skor Penelitian Keputusan Pembelian.....	77
Lampiran 6. Skor Penelitian Kepuasan Konsumen	81
Lampiran 7. <i>Construct Reliability dan Validity</i>	85
Lampiran 8. <i>Outer loadings</i>	86
Lampiran 9. <i>R-Square</i>	87
Lampiran 10. <i>Inner VIF Value</i>	88
Lampiran 11. <i>Total Effect</i>	89
Lampiran 12. Daftar Riwayat hidup	90