

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
SHANII KONVEKSI**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**FELIXIA BUDIARTI RAMADHANI**

**201810325267**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi: : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shanii Konveksi

Nama Mahasiswa : Felixia Budiarti Ramadhani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325267

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis


Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Januari 2024

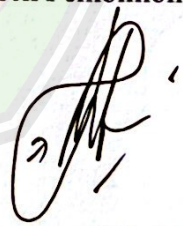
Jakarta, 01 Februari 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
Dr. Dhan Tyas Untari, S.E., M.M., MBA.  
NIDN. 0309048102

  
Andrian, S.E., M.M  
NIDN. 0321077102

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shanii Konveksi

Nama Mahasiswa : Felixia Budiarti Ramadhani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325267

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Januari 2024

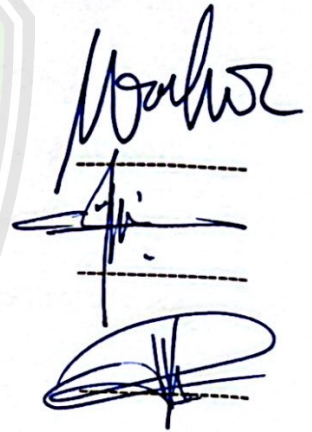
Jakarta, 01 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dewi Sri wulandari, S.E., M.Sc  
NIDN : 0303017106

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Bayu Seno Pitoyo, S.E., M.Ak  
NIDN : 0302129101

Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA  
NIDN : 0309048102



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M  
NIDN. 0327037601

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak  
NIDN. 0318107101



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shanii Konveksi*" Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 06 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Felixia Budiarti Ramadhani  
201810325267

## ABSTRAK

### **Felixia Budiarti Ramadhani (201810325267) Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shanii Konveksi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shanii Konveksi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan, mitra bisnis dan orang yang menggunakan jasa Shanii Konveksi . Teknik sampling dengan menggunakan teknik Sampling Jenuh. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 78 responden (mitra bisnis 47 orang, orang yang menggunakan jasa 31 orang). Teknik Pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Form*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Subjek penelitian yaitu mitra bisnis dan pengguna jasa Shanii Konveksi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

## ***ABSTRACT***

**Felixia Budiarti Ramadhani (201810325267) Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shanii Konveksi**

*This research aims to determine the influence of product quality, price perception and promotion on purchasing decisions at Shanii Konveksi. This type of research is quantitative. The population in this research are employees, business partners and people who use Shanii Konveksi services. The sampling technique uses the Saturated Sampling technique. The sample in this study consisted of 78 respondents (47 business partners, 31 people who used services). Data collection technique by distributing questionnaires via Google Form. Hypothesis testing in this research uses Multiple Linear Regression analysis. The research subjects are business partners and service users of Shanii Konveksi. The results of this research show that the variables of product quality, price perception and promotion partially and simultaneously have a significant effect and have a positive influence on the Purchasing Decision variable.*

***Keywords:*** *Product Quality, Price Perception, Promotion and Purchasing Decisions*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Shanii Konveksi". Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih kelulusan pada program Strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, saran dan nasehat serta waktunya.
5. Andrian, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, saran dan nasehat serta waktunya.
6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis , yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang berperan penting dalam proses pembelajaran di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Bapak/Ibu serta para Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Karyawan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

8. Kedua orang tua dan adik saya, Ayah, Bunda terimakasih telah memberikan segalanya serta pengorbanan dan selalu memberikan semangat serta senantiasa mendukung dan mendoakan dalam menyelesaikan penulisan laporan skripsi ini.
9. Teman dan Sahabat serta para saudara yang memberikan dukungan semangat dan doa.
10. Seluruh staff dan karyawan Shanii Konveksi yang telah membantu dan memberikan saya kesempatan untuk melakukan penelitian di Shanii Konveksi
11. Para responden yang bersedia mengisi kusioner yang saya sebarakan sehingga penelitian ini berjalan dengan baik.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Dengan harapan semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda atas semua bantuan dan doanya. Akhirnya, begitupun skripsi ini jauh dari kata sempurna, namun demikian semoga bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, 06 Januari 2024

Penulis

Felixia Budiarti Ramadhani

201810325267



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Tugas Akhir .....	6
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Telaah Teoritis.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	7
2.1.3 Kualitas Produk .....	9
2.1.4 Persepsi Harga .....	12
2.1.5 Promosi .....	14
A. Menurut Para Ahli .....	14
B. Indikator Promosi.....	15
2.2 Telaah Empiris.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
2.4 Hipotesis .....	24
2.4.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4.2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.4.3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	26

2.4.4. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Desain Penelitian .....	28
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	29
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian .....	30
3.5 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran .....	30
3.6 Metode Analisis Data .....	32
3.6.1 Uji Validitas.....	32
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	33
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	33
3.7.1 Uji Normalitas .....	33
3.7.2 Uji Multikolinieritas .....	34
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas .....	34
3.8 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.9 Uji Hipotesis .....	35
3.9.1 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	35
3.9.2 Uji Kelayakan (Uji F) .....	36
3.9.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	36
<b>BAB IV .....</b>	<b>37</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Profil Perusahaan .....	37
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	37
4.1.2 Visi Perusahaan .....	37
4.1.3 Misi Perusahaan.....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Penyebaran Dan Pengumpulan Kuesioner .....	38
4.2.2 Identitas Responden.....	38
4.3 Hasil Analisis Data .....	40
4.3.1 Uji Validitas.....	41
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	44

4.4 Uji Asumsi Klasik .....	45
4.4.1 Uji Normalitas .....	45
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	47
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	47
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	48
4.6 Uji Hipotesis.....	50
4.6.1 Uji T(Parsial) .....	50
4.6.2 Uji F(Simultan).....	51
4.6.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52
<b>BAB V .....</b>	<b>54</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan 2022 .....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel .....	30
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Berapa Kali Pembelian .....	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualiatas Produk .....	41
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga .....	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Promosi .....	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Valliditas Keputusan Pembelian .....	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji T (Parsial) .....	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan) .....	52
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) .....	52





## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>24</b>
<b>Gambar 4. 1 Model P-Plot.....</b>	<b>46</b>
<b>Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas.....</b>	<b>48</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Uji Plagiarisme
- Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Tabulasi Data Kualitas Produk (X1)
- Lampiran 5 Tabulasi Data Harga (X2)
- Lampiran 6 Tabulasi Data Kualitas Pelayanan (X3)
- Lampiran 7 Tabulasi Data Loyalitas Pelanggan (Y)
- Lampiran 8 Hasil Uji Smart PLS
- Lampiran 9 Tabel T
- Lampiran 10 Tabel F
- Lampiran 11 Tabel R
- Lampiran 12 Hasil Plagiarism Turnitin
- Lampiran 13 Biodata

