

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK KING KOIL
(Studi Kasus Konsumen King Koil Pada Outlet Grand Indonesia)**

SKRIPSI

Oleh:

Adi Prayogo

202010325297



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan
Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Produk King Koil (Studi Kasus Konsumen
Outlet Grand Indonesia)

Nama Mahasiswa : Adi Prayogo
Nomor Pokok : 202010325297
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Matdio Siahaan, SE, MM

NIDN : 0413047002


Indah Rizki Maulia, S.Psi., MM

NIDN : 0306018201

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk King Koil (Studi Kasus Konsumen King Koil Pada Outlet Grand Indonesia)

Nama Mahasiswa : Adi Prayogo

Nomor Pokok : 202010325297

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Wirawan Widjanarko, SE, Ak., MM., MBA., CMA
NIDN. 0322086605

Sekretaris Tim Penguji : Dody Kurniawan, S.E., M.M
NIDN. 0319087903

Penguji : Matdio Siahaan, SE, MM
NIDN. 0413047002



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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adi Prayogo

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325297

Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 15 Februari 2000

Alamat : Karang Wuluh RT 04/004 Kec. Suradadi Kab.
Tegal, Jawa Tengah 52182

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk King Koil (Studi kasus konsumen King Koil pada Outlet Grand Indonesia). Skripsi ini adalah 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 dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan 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, 24 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Adi Prayogo

202010325297

ABSTRAK

Persaingan di dunia perdagangan membawa dorongan atau motivasi bagi dunia usaha di Indonesia untuk dapat memanfaatkan semaksimal mungkin sumber daya yang dimilikinya agar bertindak secara efisien dalam setiap mengembangkan bidang usaha dan menjadikan perusahaan berkembang menjadi besar. Dengan semakin banyaknya merek yang beroperasi di pasar dan hanya produk yang kuat yang akan tetap mampu bersaing merebut dan menguasai pasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui merek produk yang di produksi dan pengaruh terhadap tingkat penjualan PT.Duta Abadi Primantara. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan dari variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, promosi dan variabel terikat keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner, dimana dalam penelitian ini menggunakan perhitungan purposive sampling dengan rumus slovin. Populasi dalam penelitian ini pelanggan King Koil Grand Indonesia atau orang-orang yang pernah mengunjunginya sebanyak 239 orang, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 150 responden. Penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22 untuk menguji pada data penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Competition in the world of trade brings encouragement or motivation for the business world in Indonesia to be able to make maximum use of the resources it has in order to act efficiently in developing every business sector and make companies grow big. With the increasing number of brands operating in the market and only strong products who will still be able to compete to win and dominate the market. The purpose of this research is to determine the brand of product produced and its influence on the sales level of PT. Duta Abadi Primantara. This research aims to partially and simultaneously determine the independent variables, namely product quality, price, promotion and the dependent variable for purchasing decisions. The method used in this research is a quantitative method using a questionnaire, where in this research uses purposive sampling calculations with the Slovin formula. The population in this research was King Koil Grand Indonesia customers or people who had visited it as many as 239 people, so it can be concluded that this research used a sample of 150 respondents. This research uses the SPSS version 22 program to test this research data. Based on the results of this research, the product quality variable has a significant positive influence on purchasing decisions, the price variable has a significant positive influence on purchasing decisions, the promotion variable has a significant positive influence on purchasing decisions.

Keywords: Product quality, price, promotion and purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan promosi terhadap Keputusan Pembelian produk king coil (Studi kasus pada outlet store grand indonesia), sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin diselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC), selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
1. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak, selaku kepala Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Bapak Matdio Siahaan, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing pertama Skripsi saya, terimakasih atas waktu, bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan semaksimal mungkin.

4. Ibu Indah Rizki Maulia, S.Psi, M.M, selaku Dosen Pembimbing kedua Skripsi saya, terimakasih atas waktu, bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
5. Bapak Bintang Narpati, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing akademik yang membantu, mengarahkan, dan memberikan motivasi dalam proses pembelajaran di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Dosen Fakultas Ekonomi Manajemen, yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang berperan penting dalam proses pembelajaran di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Staff Fakultas Ekonomi dan Karyawan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Kedua orang tua saya. Ayah, Ibu terimakasih telah memberikan segalanya serta pengorbanan dan selalu memberikan semangat serta senantiasa mendukung dan mendoakan dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.
9. Keluarga besar saya yang memberikan dukungan, semangat dan doa dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.
10. Teman-teman terdekat peneliti yang selalu memberikan dukungan, waktu, tenaga maupun pikiran untuk penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi ini.
11. Seluruh karyawan Store King Koil Grand Indonesia yang selalu memberikan bantuan kepada peneliti sampai penelitian ini selesai.
12. Semua pihak yang terlibat dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
13. Terimakasih buat teman seperjuangan The Bicis dimana kenangan Bersama kalian merupakan momen yang spesial buat diri saya. Kamil hafidzi, Fiqih

Aditya Alamsyah, Firmansyah Tonda, Sendy Wijaya, Bagas Dwi Sapto, Raditya Hanif, Ridwan Nur Pangestu Terimakasih telah berjuang Bersama dan Untuk diri saya sendiri Terimakasih telah berusaha sampai pada titik ini.

14. Untuk Kekasihku Nurul Dwi Apriyani yang menemani penulisan Tugas akhir saya dan memberi semangat, mungkin aku bukan laki laki terbaik di versimu tapi kamu Wanita terbaik di versiku, I'm so lucky to have you



Jakarta, 24 Juli 2024

Adi Prayogo
202010325297

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran	13
2.2 Bauran Pemasaran	14
2.3 Kualitas Produk	15
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	15
2.3.2 Indikator Kualitas Produk	16
2.3.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	16

2.4	Harga	17
2.4.1	Pengertian Harga	17
2.4.2	Indikator Harga	17
2.4.3	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga	17
2.5	Promosi.....	18
2.5.1	Pengertian Promosi	18
2.5.2	Indikator Promosi.....	19
2.5.3	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	19
2.6	Keputusan Pembelian	20
2.6.2	Indikator Keputusan Pembelian	21
2.6.3	Faktor – faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
2.7	Telaah Empiris	22
2.7.1	Penelitian Terdahulu	22
2.8	Kerangka Konseptual	30
2.9	Hipotesis	31
2.9.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	31
2.9.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	31
2.9.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
2.9.4	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	33
BAB III		34
METODE PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Populasi dan Sampel	34
3.2.1	Populasi Penelitian	34
3.2.2	Sampel Penelitian.....	34
3.3	Jenis dan Sumber Data	36
3.4	Definis Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	37
3.5	Metode Analisis Data dan Penguji Hipotesis	40
3.6	Teknik Analisis Data	40
3.6.1	Uji Validitas	40

3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.6.4	Uji Normalitas.....	41
3.6.5	Uji Multikolinieritas.....	42
3.6.6	Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.7	Uji Hipotesis.....	43
3.7.1	Uji T (Signifikan).....	43
3.7.2	Uji F (Anova).....	43
3.8	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB IV		45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Gambaran Umum Objek	45
4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.3	Logo Perusahaan	46
4.4	Deskripsi Data	47
4.4.1	Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner	47
4.4.2	Identitas Responden	47
4.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	49
4.5.1	Uji Validitas	49
4.5.2	Uji Reliabilitas	51
4.6	Uji Asumsi Klasik	52
4.6.1	Uji Normalitas.....	52
4.6.2	Uji Multikolinieritas.....	54
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.7	Uji Hipotesis.....	56
4.7.1	Uji T	56
4.7.2	Uji F	58
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
BAB V.....		67
PENUTUP.....		67
5.1	Kesimpulan.....	67

5.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		69



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Terbaik Spring Bed Tahun 2024.....	2
Tabel 1.2 Pra Survey Keputusan pembelian pada produk king coil	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Skala Likert	40
Tabel 4.1 Hasil Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden Usia	48
Tabel 4.3 Hasil Karakteristik Pengunjung Outlet King Koil	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Kolmogorov - Smirnov	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.8 Hasil Uji t.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Logo King Koil	47
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P – P. Plots	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Permohonan	74
Lampiran 2 : Surat Balasan	75
Lampiran 3 : Uji Plagiarism.....	76
Lampiran 4 : Uji Refrensi	78
Lampiran 5 : kuesioner	85
Lampiran 6: Tabulasi data	91
Lampiran 7 : Uji Validitas	107
Lampiran 8: Hasil Uji Reliabilitas	112
Lampiran 9: Uji Normalitas P-Plot.....	113
Lampiran 10: Uji Heteroskedastisitas	114
Lampiran 11 : Uji F (Simultan).....	115
Lampiran 12 : Buku Bimbingan.....	116
Lampiran 13 : Daftar Riwayat Hidup	118

