

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *SOCIAL MEDIA*
MARKETING, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUBY BEADED BAG
(Studi Kasus Pada Konsumen Ruby Beaded Bag)**

SKRIPSI

Oleh :

Bunga Nur Kaunaini

202010325222



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ruby Beaded Bag (Studi Kasus Pada Produk Ruby Beaded Bag)

Nama Mahasiswa : Bunga Nur Kaunaini

Nomor Pokok : 202010325222

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Neng Siti Komariah, SE, MM

Haryudi Anas, SE, MSM

NIDN. 0327128105

NIDN. 0317117801

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ruby Beaded Bag (Studi Kasus Pada Konsumen Ruby Beaded Bag)

Nama Mahasiswa : Bunga Nur Kaunaini

Nomor Pokok : 202010325222

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 19 juli 2024

Skripsi

Jakarta, 26 juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E, M.M

NIDN. 0319067606

Sekretaris Tim Penguji : Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi., M.M

NIDN. 0327059101

Penguji : Neng Siti Komariah, S.E, M.M

NIDN. 0327128105

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 : Bunga Nur Kaunaini
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325222
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 08 Juli 2002
Alamat : Pondok Timur Indah 2 Jl. Galaksi VII no. 71 RT
01/007, Kec. Mustika Jaya, Kel. Mustikasari, Kota
Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ruby Beaded Bag (Studi Kasus Pada Konsumen Ruby Beaded Bag). Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang 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 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 mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 8 April 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Bunga Nur Kaunaini

202010325222

ABSTRAK

Bunga Nur Kaunaini 202010325222. Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ruby Beaded Bag (Studi Kasus Konsumen Ruby Beaded Bag).

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan dari variabel bebas yaitu Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, dan Persepsi Harga. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen ruby beaded bag. Penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan rumus cochrane dengan jumlah sampel 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian ini dalam Uji Parsial (T) ditemukan bahwa variabel Kualitas Produk secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Variabel *Social Media Marketing* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan. Variabel Persepsi Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dari hasil Uji Simultan (F) yang menyatakan bahwa secara simultan variabel Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pada uji determinasi (R^2) didapatkan hasil bahwa variabel Kualitas Produk, *Social Media Marketing* dan Persepsi Harga berpengaruh variabel Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Bunga Nur Kaunaini 202010325222. The Influence of Product Quality, Social Media Marketing, Price Perceptions on Purchasing Decisions on Ruby Beaded Bags (Case Study of Ruby Beaded Bag Consumers).

This research was conducted to determine the partial or simultaneous influence of the independent variables, namely Product Quality, Social Media Marketing, and Price Perception. This research uses quantitative methods. The population in this study were ruby beaded bag consumers. Determining the sample size for this study used the purposive sampling method with the Cochran formula with a sample size of 100 respondents. Based on the results of this research in the Partial Test (T), it was found that the Product Quality variable partially has no influence on Purchasing Decisions. The Social Media Marketing variable partially has a positive and significant influence. The Price Perception variable partially has a positive and significant influence. From the results of the Simultaneous Test (F), it is stated that simultaneously the variables Product Quality, Social Media Marketing, and Price Perception simultaneously have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. In the determination test (R²), the results showed that the variables Product Quality, Social Media Marketing and Price Perception influenced the Purchasing Decision variable.

Keywords: *Product Quality, Social Media Marketing, Price Perception, Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya serta kemudahan sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Social Media Marketing*, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ruby Beaded Bag (Studi Kasus Pada Konsumen Ruby Beaded Bag)”** dapat di selesaikan seperti yang telah direncanakan.

Saya sebagai peneliti, menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya doa serta dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM selalu Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Neng Siti Komariah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I skripsi, Peneliti dapat berproses menyelesaikan skripsi ini dengan lancar berkat bimbingan Ibu.
5. Bapak Haryudi Anas, S.E., M.S.M. selaku dosen pembimbing II skripsi. Peneliti dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan lancar berkat bimbingan Bapak.
6. Ibu Dr. Heni Rohaeni, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik. Terima kasih telah mendukung dan memotivasi peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
7. Dosen dan seluruh Staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu, referensi serta nasihat kepada penulis..

8. Kepada kedua orang tua penulis Mamah Santi Mulyani dan Papah Agus Sudrajat serta Kaka Bagus Eka Putra dan Adik Satria Aqil Fairuz yang selalu memberikan materi, doa maupun semangat untuk terus maju tanpa kata menyerah dalam segala hal dalam meraih apa yang menjadi impian penulis.
9. Gilang Ramadan, terimakasih telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini. Yang menemani dan memberikan dukungan baik dalam motivasi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Dena Safariza, selaku teman kecil penulis yang selalu saling membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan di kelas a4 yang masih bertahan hingga titik ini.
12. Semua teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuannya kepada peneliti sampai terselesaikannya skripsi ini.
13. Dan terima kasih kepada Bunga Nur Kaunaini yang telah menjalani proses perkuliahan dari awal hingga akhir, bertahan hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini serta jauh dari kata sempurna, baik dari segi materi maupun dari segi teknis penyajiannya. Hal tersebut tidak terlepas dari kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 8 April 2024

Bunga Nur Kaunaini

202010325222

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iiiv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Kualitas Produk.....	12
2.3 <i>Social Media Marketing</i>	18
2.4 Persepsi Harga	21
2.5 Keputusan Pembelian	23
2.6 Telaah Empiris.....	24
2.7 Kerangka Konseptual.....	34
2.8 Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	42

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	43
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.1.1 Penjelasan Singkat Ruby Beaded Bag.....	53
4.1.2 Visi dan Misi Ruby Beaded Bag	56
4.2 Deskripsi Data.....	57
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan kuesioner	57
4.2.2 Identitas Responden	58
4.3 Hasil Analisis Data	63
4.3.1 Uji Kualitas Data.....	63
4.3.2 Uji Reabilitas.....	65
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.1 Uji Normalitas	66
4.4.2 Uji Multikolinearitas	66
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	67
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	68
4.6 Pengujian Hipotesis	70
4.6.1 Hasil Uji T	70
4.6.2 Hasil Uji F-Simultan	71
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.4 Pembahasan	73
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	73
4.4.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	74
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	75
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk, <i>Social Media Marketing</i> , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	78
5.3 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert.....	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pernah/Ingin Membeli Produk Ruby Beaded Bag	61
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan sudah mengetahui Sosial Media Ruby Beaded Bag	62
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 11 Persamaan Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Model Penelitian.....	42
Gambar 4. 1 Logo Ruby Beaded Bag	54
Gambar 4. 2 Produk Ruby Beaded Bag	55
Gambar 4. 3 Sosial Media & E-commerce Ruby Beaded Bag	55
Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Usia	58
Gambar 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	60
Gambar 4. 7 Karakteristik Berdasarkan Pernah Atau Ingin Membeli Produk Ruby Beaded Bag.....	61
Gambar 4. 8 Karakteristik Berdasarkan Sudah Mengetahui Sosial Media.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme

Lampiran 2 : Uji Refrensi

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 : Tabulasi Hasil Kuesioner

Lampiran 5 : Output SPSS

Lampiran 6 : Kartu Bimbingan

Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup

