

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

(Studi pada konsumen di Jakarta)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Oleh:

Iftitah Dayana Putri

1171001053

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS
Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Iftitah Dayana Putri

NIM : 1171001053

Tanda Tangan :



Tanggal : 12 September 2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iftitah Dayana Putri
NIM : 1171001053
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Fee Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Pada Konsumen di Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 September 2024

Yang menyatakan



(Iftitah Dayana Putri)

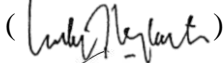


HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Iftitah Dayana Putri
NIM : 1171001053
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi Pada Konsumen di Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing	: Ir. Imbang Jaya Mangkuto M.BA., M.Si.	()
Penguji 1	: Prof. M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D.	()
Penguji 2	: Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.	()

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 12 September 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Ir. Imbang J. Mangkuto, M.BA., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran, saran, dan motivasi yang diberikan sepanjang penulisan Tugas Akhir ini. Dukungan beliau sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini;
- 2) Prof. M. Taufiq Amir, S.E., M.M., P.hD dan Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M., yang tekah bersedia meluangkan waktu untuk membaca dan memberikan masukan berharga terhadap penulisan Tugas Akhir ini. Masukkan dan kritik yang diberikan sangat membantu penulis dalam memperbaiki dan memperkaya isi dari Tugas Akhir ini;
- 3) Orang Tua dan Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral selama menjalankan Tugas Akhir ini. Dukungan kalian memberikan energi dan motivasi bagi saya untuk terus berusaha mencapai tujuan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- 4) Teman seperjuangan dalam mengerjakan Tugas Akhir, Inti Komah dan Puspa Ambar Andini, yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan kelemahan dalam penulisan ini, dan penulis mengharapkan masukan dan saran konstruktif untuk perbaikan di masa depan.

Jakarta, 12 September 2024



Iftitah Dayana Putri

Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Somethinc (Studi Pada Konsumen di Jakarta)

Iftitah Dayana Putri

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Somethinc di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, dimana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengguna produk Somethinc. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah promosi, harga, dan kualitas produk, sementara variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi logistik multinomial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga dan kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menekankan pentingnya strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan minat konsumen terhadap produk Somethinc.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Regresi Logistik Multinomial

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
Abstrak.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran	5
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	5
2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	5
2.2 Promosi	6
2.2.1 Definisi Promosi	6
2.2.2 Jenis-jenis promosi.....	6
2.3 Harga	8
2.3.1 Definisi Harga	8
2.3.2 Strategi Penetapan Harga	9
2.4 Kualitas Produk	9
2.5 Keputusan Pembelian	10
2.6 Penelitian Terdahulu	12
2.7 Kerangka Pemikiran	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian.....	16
3.2 Populasi dan Sampel	16

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	17
3.3.1 Sumber Data	17
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	17
3.4 Teknik Analisis Data	17
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	18
3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif	18
3.4.3 Uji Regresi Logistic Multinomial.....	19
3.4.4 Uji Kesesuaian Model.....	19
3.4.5 Koefisien Determinasi	20
3.4.6 Uji Hipotesis	20
3.4.6.1 Uji t.....	20
3.4.6.2 Uji F	20
3.5 Definisi Konsep dan Operasional Variabel	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Hasil.....	23
4.1.1 Pre-Test	23
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden	25
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	28
4.3 Tabulasi Silang.....	29
4.3.1 Tabulasi Silang Kategori Gender dengan Keputusan Pembelian	29
4.3.2 Tabulasi silang kategori Usia dengan Keputusan Pembelian.....	30
4.3.3 Tabulasi silang kategori Pekerjaan dengan keputusan pembelian.....	30
4.4 Uji Regresi Logistik Multinomial.....	31
4.4.1 Uji Kesesuaian Model (Goodness of Fit)	31
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi.....	32
4.4.3 Uji Regresi Logistic Multinomial.....	32
4.5 Uji Hipotesis	34
4.5.1 Uji Parsial.....	34
4.5.2 Uji Simultan.....	35
4.5 Pembahasan.....	36
4.5.1 Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Produk Somethinc	37
4.5.2 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Produk Somethinc	37

4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Produk Somethinc.....	38
4.5.4 Pengaruh Promosi (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Produk Somethinc.....	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 – Top 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-commerce Kuartal II - 2022.....	2
Gambar 2 - Tahap-tahap keputusan pembelian	11
Gambar 3 - Kerangka Pemikiran	15

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Uji Validitas.....	23
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas	25
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden	26
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	26
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden.....	27
Tabel 4. 6 Pendapatan Responden	27
Tabel 4. 7 Analisis Statistik Deskriptif	28
Tabel 4. 8 Tabulasi silang kategori gender dengan keputusan pembelian.....	29
Tabel 4. 9 Tabulasi silang kategori usia dengan keputusan pembelian.....	30
Tabel 4. 10 Tabulasi silang kategori pekerjaan dengan keputusan pembelian	31
Tabel 4. 11 Goodness of Fit.....	32
Tabel 4. 12 Pseudo R-Square	32
Tabel 4. 13 Parameter Estimates	33
Tabel 4. 14 Likelihood Ratio Tests.....	35
Tabel 4. 15 Model Fitting Information	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas	43
Lampiran 2 Uji Reliabilitas.....	44
Lampiran 3 Jenis Kelamin Responden.....	44
Lampiran 4 Usia Responden	44
Lampiran 5 Pekerjaan Responden	45
Lampiran 6 Pendapatan Responden	45
Lampiran 7 Analisis Statistik Deskriptif.....	45
Lampiran 8 Tabulasi silang kategori gender dengan keputusan.....	46
Lampiran 9 Tabulasi silang kategori usia dengan keputusan pembelian	46
Lampiran 10 Tabulasi silang kategori pekerjaan dengan keputusan pembelian.....	47
Lampiran 11 Uji kesesuaian model	47
Lampiran 12 Uji Nagelkerke	47
Lampiran 13 Parameter Estimates.....	48
Lampiran 14 Likelihood Ratio Test.....	48
Lampiran 15 Model fitting information	48
Lampiran 16 Kuesioner Penelitian	49