

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI DI MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BIJI KOPI SARI**

AROMA

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Diajukan Oleh :

YEHEZKIEL RENE

19420142

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI DI MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BIJI KOPI SARI AROMA**

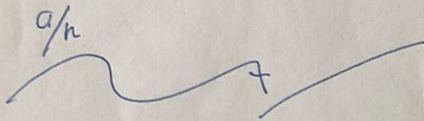
Diajukan Oleh :

Yehezkiel Rene

NPM : 19420151

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING

a/n


DR SITI DJAMILAH, SE., M.SI.

Tanggal, 08 January 2024

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN



DR. ADRIANTO TRIMARJONO, SE, MM

Tanggal, 08 January 2024

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI DI
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BIJI KOPI SARI AROMA

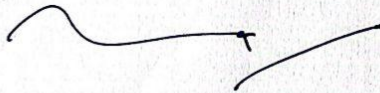
Dipersiapkan dan disusun oleh :

Yehezkiel Rene

NPM : 19420151

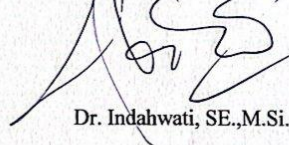
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. Adrianto Trimarjono.,SE,M.M.

Anggota Tim Penguji I



Dr. Indahwati, SE.,M.Si.

Anggota Tim Penguji II

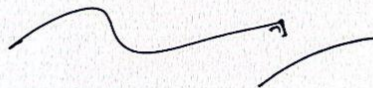


Dewi Nuriani SE.,M.SM.

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 25 Januari 2024



Ketua Program Studi Manajemen
Dr. Adrianto Trimarjono., SE, MM

Surat Pernyataan Bebas Plagiat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yehezkiel Rene

NPM : 19420151

Alamat : Jl. Kawatan 10/20

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan **judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI DI MEDIA SOSIAL TERHADAP**

KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BIJI KOPI SARI AROMA" adalah

karya sendiri dan bebas dari plagiat dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar

maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat.

Surabaya, 12 Februari 2024



(Yehezkiel Rene)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BIJI KOPI SARI AROMA”** dapat terselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh penulis, namun berkat kehendak-Nya penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, peneliti tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr., Sp.T.H.T.K.L. (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan sabar membimbing, memberikan dukungan, dan bantuan serta saran bagi penulis selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Retno Febriastuti Widyawati SE., M.Sc. selaku Dosen Wali yang telah memberikan semangat kepada penulis serta membimbing penulis selama perkuliahan
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Orang tua tercinta Papa dan Mama yang telah membiayai penulis hingga lulus serta telah mendoakan, mendukung penulis dengan tulus.
8. Rekan FEB kelas F (Chris Arnold, Billy Kurniawan, Ester, Fandy) yang telah memberikan waktu, tenaga serta ide untuk penulis.

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat baik materi maupun nonmateri serta dukungan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang sumber daya manusia.

Surabaya, 25 January 2024

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	I
Surat Pernyataan Bebas Plagiat	Error! Bookmark not defined.
Lembar Persetujuan	III
Susunan Dewan Penguji	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR LAMPIRAN	11
ABSTRAK	12
ABSTRACTION	13
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II : TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Harga	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Promosi di Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Pengaruh Variabel bebas terhadap Variabel Terikat	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Pengaruh Promosi di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.5 Model Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3 Identifikasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.5 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Data Primer	Error! Bookmark not defined.

3.5.2	Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
3.6	Proses Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7	Teknik Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Deskripsi Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
Sumber:	diolah jawaban responden	Error! Bookmark not defined.
Sumber:	diolah jawaban responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Jawaban Responden Variabel	Error! Bookmark not defined.
4.3	Hasil Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.6.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.6.3	Pengaruh Promosi di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	Error! Bookmark not defined.
5.1	Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
5.3	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 3	Data penjualan biji kopi Sari Aroma.....
Tabel 3.1 34	Keterangan skala Likert.....
Tabel 4.1 40	Kategori jawaban responden.....
Tabel 4.2 41	Deskripsi responden menurut jenis kelamin.....
Tabel 4.3 41	Deskripsi responden menurut usia.....
Tabel 4.4 42	Jawaban responden variabel Kualitas Produk.....
Tabel 4.5 43	Jawaban responden variabel Harga.....
Tabel 4.6 44	Jawaban responden variabel Promodi di Media Sosial.....
Tabel 4.7 46	Jawaban responden variabel Keputusan Pembelian.....
Tabel 4.8 48	Uji Validitas dan Reliabilitas.....
Tabel 4.9 49	Data koefisiensi Regresi Linier Berganda.....
Tabel 4.10 51	Hasil Uji T.....
Tabel 4.11 54	Data koefisiensi Determinasi.....

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian.....	26
Gambar 4.1	Produk biji kopi Sari Aroma.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Deskripsi Jawaban Responden

Lampiran 4 SPSS

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Sari Aroma Biji Kopi." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana keputusan konsumen untuk membeli biji kopi Sari Aroma dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan promosi media sosial. Peserta dalam penelitian ini adalah mereka yang telah membeli biji kopi Sari Aroma. Teknik pengambilan sampel bertujuan digunakan untuk memilih sampel penelitian dari 101 responden dengan menggunakan kriteria yang telah ditentukan. Harga (X2), kualitas produk (X1), promosi media sosial (X3), dan keputusan pembelian (Y) adalah variabel yang diselidiki. Uji validitas dan reliabilitas adalah dua jenis uji instrumen yang digunakan untuk mengevaluasi alat penelitian ini. Tiga teknik digunakan untuk menguji hipotesis: pengujian regresi linier berganda, pengujian koefisien penentuan (R^2), dan pengujian t. Hasil uji t menunjukkan bahwa faktor-faktor yang terkait dengan kualitas produk memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Faktor terkait harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian orang. Konten promosi di media sosial tidak memiliki dampak besar pada keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi di Media Sosial dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACTION

This study has the title "The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Social Media on Purchasing Decisions of Sari Aroma Coffee Beans." The goal of this research is to determine how consumers' decisions to purchase Sari Aroma coffee beans are influenced by price, product quality, and social media promotion. Participants in the study were those who had bought Sari Aroma coffee beans. Purposeful sampling techniques were employed to select the research sample of 101 respondents by means of predetermined criteria. Price (X2), product quality (X1), social media promotion (X3), and purchase decision (Y) were the variables under investigation. Validity and reliability tests are two types of test instruments used to evaluate this research tool. Three techniques are used to test hypotheses: multiple linear regression testing, determination coefficient testing (R²), and t testing. The t-test results show that factors related to product quality have a significant impact on consumer purchasing decisions. Price-related factors have a significant influence on people's purchasing decisions. Promotional content on social media doesn't have a huge impact on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion on Social Media and Purchasing Decisions.