

**PENGARUH INFORMASI HARGA, PROGRAM PROMOSI, DAN
KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MERCHANDISE JKT48**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

ACHMAD SUBADAR ZAKY ZAKARIAH

NPM: 21420021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUSMA SURABAYA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH INFORMASI HARGA, PROGRAM PROMOSI DAN
KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MERCHANDISE JKT48**

Diajukan oleh :

Achmad Subadar Zakv Zakariah

NPM : 21420021

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING


Prof. Dr. Wahyudiono, SE., MM

Tanggal, 21 Juli 2026

KETUA PROGRAM STUDI


Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Tanggal, 23 Juli 2026

SKRIPSI

**PENGARUH INFORMASI HARGA, PROGRAM PROMOSI, DAN
KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MERCHANDISE JKT48**

Diajukan Oleh:

ACHMAD SUBADAR ZAKY ZAKARIAH

21420021

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



(Prof. Wahyudiono, S.E., M.M.)

Dosen Penguji



(Matheous Tamonsang, S.E., M.Si.)

Dosen Penguji



(Dewi Nuraini, S.E., M.SM.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 23 Juli 2026.....



Dwi Indah Mustikorini, S.E., M.M.

Ketua Program Studi

LEMBAR ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan Daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertai digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku.

Surabaya,

Yang membuat pernyataan



Achmad Subadar Zaky Z

NPM: 214200212

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. karena atas rahmat dan karunia nya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh informasi harga, program promosi dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian merchandise JKT48”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan selesainya laporan tugas akhir tidak lupa juga banyak pihak yang telah memotivasi, memberikan dukungan dan bimbingan, tanpa hal tersebut penulis tidak dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si. selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Ibu Dra. Ec. Pratiwi Dwi Karjati, M.M.CRA selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Prof. Dr. Wahyudiono, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan ilmu untuk pengarahan, memberikan motivasi dan saran yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Indahwati, SE., M.Si. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama perkuliahan

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat untuk saat ini maupun di masa depan.
7. Seluruh Staff Kemahasiswaan dan Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses perkuliahan hingga skripsi
8. Seluruh keluarga penulis, khususnya (Alm) ayah, ibu dan adik yang sudah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis, serta terus mendoakan penulis agar selalu dalam lindungan Allah SWT dan dapat menyelesaikan tugas akhir ini tanpa adanya halangan.
9. Kepada Siti Dwi Makrifah yang sudah menemani penulis mengerjakan dan menyelesaikan penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih
10. Kepada teman-teman Liamelior dan Hillaryours penulis mengucapkan terima kasih sudah memberikan dukungan dan bantuan dalam pengisian kuisisioner
11. Seluruh teman-teman angkatan 2021 program studi Manajemen terima kasih telah membantu dan mendukung penulis hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap dan terus berdoa kepada Allah SWT supaya memberikan kebaikan kepada pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, karena itu kritik dan saran akan sangat membantu penulis

ABSTRACT

In a competitive business era, understanding the factors that influence consumer purchasing decisions is crucial. This study aims to examine the influence of Price Information, Promotional Programs, and Product Characteristics and purchasing decisions. This type of research is quantitative research. The sampling technique used in this study uses the probability sampling method, which is a sampling method used in statistical research and surveys, where each element in the population has an equal opportunity to be selected as a sample. The sample determination process in this study uses the Hair et.al. formula with the acquisition of 100 respondents. This study uses multiple linear regression analysis processed with the SPSS version 31.0 application. The results of this study are Price Information has a negative effect on purchasing decisions, while Promotional Programs and Product Characteristics have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Price Information, Promotional Programs, Product Characteristics, Purchasing Decisions*

ABSTRAK

Dalam era bisnis yang kompetitif, harus memahami faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk menguji tentang pengaruh Informasi Harga, Program Promosi, dan Karakteristik Produk terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian statistik dan survei, dimana setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Proses penentuan sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus Hair et.al. dengan perolehan 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang diproses dengan aplikasi SPSS versi 31.0. hasil dari penelitian ini adalah Informasi Harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, sedangkan Program Promosi dan Karakteristik Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Informasi Harga, Program Promosi, Karakteristik Produk, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	8
1.3. TUJUAN	8
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	9
1.5. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. LANDASAN TEORI	12
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Informasi Harga.....	14
2.1.2.1 Pengertian Informasi Harga	14
2.1.2.2 Indikator Informasi Harga.....	16
2.1.3.1 Pengertian Program Promosi	17

2.1.3.2 Indikator Program Promosi.....	18
2.1.4 Karakteristik Produk.....	19
2.1.4.1 Pengertian Karakteristik Produk.....	19
2.1.4.2 Indikator Karakteristik Produk	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Model Analisis dan Hipotesis	26
2.3.1 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1.1 Hubungan antar variabel Informasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.1.2 Hubungan antar variabel Program promosi terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.1.3 Hubungan antar variabel Karakteristik Produk terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.1.4 Hubungan antar variabel Informasi Harga, Program Promosi, dan Karakteristik Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4 Model Analisis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Pendekatan Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel dan teknik Sampling.....	30
3.3 Identifikasi Variabel.....	31
3.4 Definisi Operasional Variabel	32
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Informasi Harga (X1).....	32
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Program Promosi (X2).....	32
3.4.3 Definisi Operasional Variabel Karakteristik Produk (X3)	33
3.4.4 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)	33
3.5 Jenis Sumber Data	34

3.5.1 Jenis Data	34
3.5.2 Sumber Data.....	34
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	37
3.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas	37
3.7.1.1 Uji Validitas.....	37
3.7.1.2 Uji Reabilitas	37
3.7.1.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.7.2 Uji F.....	38
3.7.3 Uji t.....	39
3.7.4 Regresi Linier Berganda	39
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	42
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
4.2.1 Deskripsi Jawaban Responden.....	45
4.2.1.1 Informasi Harga (X1)	45
4.2.1.2 Program Promosi (X2)	45
4.2.1.3 Karakteristik Produk (X3).....	46
4.2.1.4 Keputusan Pembelian (Y).....	48
4.3 Uji Instrumen.....	49
4.3.1 Uji Validitas	49
4.3.2 Uji Reabilitas	50
4.4 Uji Asumsi Klasik	50
4.4.1 Uji Normalitas	50
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	51

4.4.3 Uji Multikolinearitas	52
4.5 Uji Hipotesis	53
4.5.1 Regresi Linear Berganda	53
4.5.2 Koefisien Determinasi	55
4.5.3 Uji F	56
4.5.4 Uji t	57
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.6.1 Pengaruh Informasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.6.2 Pengaruh Program Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.6.3 Pengaruh Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.6.4 Pengaruh Program Promosi, Program promosi, dan karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian	62
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
5.3 Keterbatasan Penelitian	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	23
Tabel 3.1	36
Tabel 4.1	43
Tabel 4.2	43
Tabel 4.3	44
Tabel 4.4	45
Tabel 4.5	46
Tabel 4.6	47
Tabel 4.7	48
Tabel 4.8	49
Tabel 4.9	50
Tabel 4.10	52
Tabel 4.11	52
Tabel 4.12	53
Tabel 4.13	55
Tabel 4.14	56
Tabel 4.15	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	5
Gambar 2.1.....	28
Gambar 4.1.....	50
Gambar 4.2.....	51
Gambar 4.3.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

