

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO APPAREL DI
E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya
Kusuma Surabaya)**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

DANITA RHISTIEN WULANDARI
NPM: 18420016

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

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Danita Rhistien Wulandari
Npm : 18420016
Alamat : Jl. Bringin Selatan 1 No.6 RT09 RW01 Kecamatan.
Sambikerep Kota Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”**

Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar. Maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Surabaya, 14 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



Danita Rhistien Wulandari
NPM : 18420016

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO APPAREL DI
E-COMMERCE SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma
Surabaya)

Diajukan Oleh :

DANITA RHISTIEN WULANDARI
NPM : 18420016

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING


Dr. UNDAWATI, SE., M.Si

Tanggal, 06 Januari 2022

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si

Tanggal, 06 Januari 2022

SKRIPSI

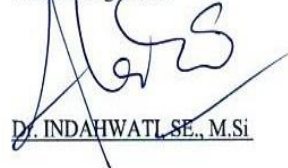
**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO APPAREL DI
E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya
Kusuma Surabaya)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DANITA RHISTIEN WULANDARI
NPM: 18420016

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

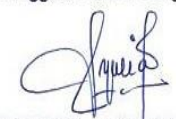


Dr. INDAHWATI, SE., M.Si

Ketua Dewan Penguji



MAQBULA AROCHMAN, SE., M.Ak
Anggota Dewan Penguji Lain



NI KETUT YULIA AGUSTIN, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 31-1-2022



Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur terpanjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmatnya sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul: “Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”

Dalam penyusunan Skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang dihadapi namun pada akhirnya dapat terselesaikan dengan dukungan, bimbingan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Dalam kesempatan yang istimewa ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. H Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. HTH-KL(K), FICS 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. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Indahwati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, untuk memberikan bimbingan, perhatian, kritik dan saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Drs. Ec. Sugeng Widodo, M.Ak sebagai Dosen Wali yang telah memberikan motivasi guna untuk menyelesaikan tugas akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

6. Seluruh jajaran Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Staff dan Sekertariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
9. Kedua orang tua tercinta saya, Almh ibu Daru Siswati dan ayah Tarman, S.H beserta adik saya Imelda Keisya Meivitasari yang selalu memberi dukungan, doa, kepercayaan, dan semangat pantang menyerah untuk selalu semangat dan melangkah maju hingga terselesainya skripsi ini.
10. Sahabat dan teman-teman serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, serta semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Reyna, Alifia, Chintya, Nanda, Yayang, Angga, dan Venia.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Mohon maaf atas segala kesalahan dalam skripsi ini, semoga skripsi ini dapat memberikan saran serta kritik menjadi lebih baik lagi dan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 06 Januari 2022

Danita Rhistien Wulandari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Promosi.....	10
2.1.2.1 Pengertian Promosi.....	10
2.1.2.2 Tujuan Promosi.....	11
2.1.2.3 Indikator Promosi.....	11
2.1.3 Harga	12
2.1.3.1 Pengertian Harga	12
2.1.3.2 Peranan Harga.....	12
2.1.3.3 Indikator Harga.....	13
2.1.4 Kualitas produk.....	14
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	14
2.1.4.3 Indikator kualitas produk	17

2.1.5 Keputusan Pembelian	19
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.1.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	19
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Pengaruh antar variabel.....	23
2.2.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3 Penelitian Sebelumnya	26
2.4 Hipotesis dan Model Analisis	28
2.4.1 Hipotesis Penelitian	28
2.4.2 Model Analisis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Pendekatan Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel	30
3.3 Identifikasi Variabel	30
3.4 Definisi Operasional	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	34
3.5.1 Jenis Data	34
3.5.2 Sumber Data	34
3.6 Prosedur Pengambilan Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Uji Instrumen	36
3.7.1.1 Uji Validitas	36
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	36
3.7.2 Pengujian Model Analisis	37
3.7.3 Pengujian Hipotesis	38
3.7.3.1 Uji hipotesis dengan uji t (<i>t-test</i>)	38
3.7.3.2 Uji Kelayakan Model	38
3.7.3.3 Uji Determinasi	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
4.1.1 Sejarah Erigo Apparel.....	41

4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian.....	43
4.2.1.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	43
4.2.1.2 Karakteristik Usia Responden	43
4.2.1.3 Karakteristik Program Studi Responden.....	44
4.2.1.4 Karakteristik Tahun Masuk Kuliah Responden	45
4.2.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian .	45
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Promosi (X_1)	46
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Harga (X_2)	47
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_3)	48
4.2.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
4.3 Hasil Uji Instrumen	52
4.3.1 Hasil Uji Validitas	52
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	54
4.4 Hasil Uji Model Analisis Statistik	55
4.4.1 Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda	55
4.4.2 Hasil Uji Kelayakan Model Regresi (F-test).....	57
4.4.3 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	58
4.5 Hasil Uji Hipotesis (t-test)	59
4.5.1 Hasil Uji Pengaruh Variabel Promosi (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	59
4.5.2 Pengaruh Variabel Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	60
4.5.3 Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	60
4.6 Pembahasan.....	60
4.6.1 Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.6.2 Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.6.3 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	62
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	66
5.3 Keterbatasan	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Data Identitas Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Data Identitas Responden Berdasarkan Program Studi	44
Tabel 4.4 Data Identitas Responden Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah	45
Tabel 4.5 Interval Kategori Penilaian	46
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi (X_1)	47
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga (X_2)	48
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X_3)	49
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y). 51	
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Promosi (X_1)	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Harga (X_2)	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_3)	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji F	57
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	58
Tabel 4.17 Hasil Analisis Uji t	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan media sosial terbanyak.....	3
Gambar 1.2 Peta E-Commerce Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Model Analisis	28

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Penilaian Variabel Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Analisis Statistik
- Lampiran 4 Pedoman Tabel t, F

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Erigo Apparel di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 95 responden. Analisis data ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* menggunakan teknik *Purposive Sampling* dimana pengambilan sampel ini ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Hasil penelitian menyatakan bahwa promosi (X1), harga (X2) dan kualitas produk (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Erigo Apparel di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dari uji model koefisien determinasi (R^2) diperoleh hasil sebesar 0,628 artinya 62,8% keputusan pembelian (Y) produk Erigo Apparel di *E-Commerce* Shopee dipengaruhi oleh promosi (X1), harga (X2) dan kualitas produk (X3), sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of promotion, price and product quality on purchasing decisions for Erigo Apparel products at E-Commerce Shopee (Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya). In this study, the sample used was 95 respondents. Analysis of this data using multiple linear regression analysis techniques. Sampling was carried out by non-probability sampling method using purposive sampling technique where sampling was determined based on certain considerations. The results of the study stated that promotion (X1), price (X2) and product quality (X3) had a significant influence on purchasing decisions (Y) for Erigo Apparel products at Shopee E-Commerce (Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University Surabaya). The results of the t test show each variable with a significance less than 0.05. From the coefficient of determination model test (R²), the result is 0.628, meaning that 62.8% of purchasing decisions (Y) for Erigo Apparel products at Shopee E-Commerce are influenced by promotion (X1), price (X2) and product quality (X3), the remaining amount is 37.2% is influenced by other variables outside of this study

Keywords: Promotion, Price, Product Quality And Purchase Decision.

