

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI JHON CULTURE**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Sigit Indarto
NIM : 15413665
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Jhon Culture
Nama : Sigit Indarto
NIM : 15413665
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat
Untuk diujikan guna memperoleh gelar sarjana Sarjana Strata Satu (S-1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 13 Juli 2021

Pembimbing I

Adi Santoso, SE., MM
NIDN.0727118803

Pembimbing II

Sri Hartono, SE., MM
NIDN.0730127002

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN.0008057601

Dosen Penguji

Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Edi Santoso, SE., MM
NIDN. 0711037401

Wahna Widhianingrum, SP., MM
NIDN. 0707118602

RINGKASAN
PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI JHON CULTURE

Sigit Indarto

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah konsumen toko Sumber Rejeki Bungkal Ponorogo. Teknik pengambilan terhadap keputusan pembelian produk di Jhon Culture, sampel menggunakan *insidental sampling*, skala pengukuran dengan *skala likert* melalui kuesioner sedangkan sampel yang diambil sebanyak 115 konsumen. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di Jhon Culture dengan menggunakan teknik sampling jenuh atau semua populasi di jadikan sampel sebanyak 15 orang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, (Y') Keputusan pembelian (X₁) harga (X₂) kualitas produk (X₃) promosi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Jhon Culture ”. Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam menyusun skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Taufik serta Hidayahnya juga telah memberikan kesehatan serta umur panjang kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Bapak Adi Santoso, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I
5. Bapak Sri Hartono, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah member bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu dalam perkuliahan.
7. Segenap Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi serta seluruh karyawan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan pelayanan serta bantuan selama saya menjadi mahasiswa ataupun dalam proses penyusunan skripsi.

8. Keduaorang tua dan keluarga yang tak henti menyumbangkan lantunan doa serta selalu memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Ismini dan Khaerun Nizam Indarto selaku partner yang selalu member semangat dimanapun dan kapanpun
10. Rekan seperjuangan angkatan 2015, khususnya kepada kelas Manajemen A atas kebersamaan dan kekompakan selama ini dan khususnya.
11. Sahabat-sahabat saya sedari SMK (Kresno Dani Kurniawa, Thoriq AL Husain, Beni Prabawanto, Andi Ari Wibowo, Nova Lugita dan Ilham Dwi Sutopo.
12. Kepala pemilik Toko Jhon Culture Pak Ibrahim yang telah memberikan izin penelitian dalam penyusunan skripsi ini dan segenap karyawannya yang telah banyak membantu dalam kegiatan penelitian ini.
13. Kepadapihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah menghantarkan saya dalam proses mencari pengalaman dan pengetahuan baru.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari sempurna.

Maka dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada skripsi ini dapat di jadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik pada masa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi pembaca umumnya.

Terimakasih.

Ponorogo, 05 Juli 2021

Penulis

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi skripsi tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan menurut track record beberapa karya ilmiah sebelumnya tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 13 Juli 2021



Sigit Indarto
15413665

MOTTO

**HARTA YANG PALING BERTAMBAH NILAI ADALAH KELUARGA, ISTANA
YANG PALING INDAH ADALAH KELUARGA**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik.....	vi
Motto.....	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Lampiran	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah	7
1.3.Tujuan Penelitian	8
1.4.Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Pustaka	10
A. Pengertian Managemen	10
B. Pengertian Pemasaran	12
C. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
D. Bauran Pemasaran	14
E. Perilaku Konsumen	16
F. Harga	23
G. Kualitas Produk.....	27

H. Promosi	30
I. Keputusan Pembelian.....	34
2.2. Penelitian Terdahulu	38
2.3. Kerangka Penelitian	39
2.4. Hipotesis	40
 BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	41
3.2. Populasi dan Sampel	41
a. Populasi	41
b. Sampel	41
3.3. Sumber Data	42
3.4. Metode Pengambilan Data	42
3.5. Definisi Operasional Variabel	44
3.5.1. Variabel bebas	44
3.5.2. Variabel terikat	45
3.6. Metode Analisis Data	46
3.6.1. Uji Validitas	46
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	47
3.7. Alat Analisis Data	48
3.7.1. Regresi Linear Berganda	48
3.7.2. Koefisien Determinasi	49
3.8. Uji Hipotesis	50
3.8.1. Uji t.....	50

3.8.2. Uji F	51
--------------------	----

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	52
4.1.1. Gambaran Umum Penelitian	52
a. Sejarah Jhon Culture.....	52
b. Visi dan Misi	54
4.2. Karakteristik Responden	54
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	54
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	56
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..	57
4.3. Deskripsi Variabel	58
4.3.1. Variabel Harga (X_1)	58
4.3.2. Variabel Kualitas Produk (X_2)	59
4.3.3. Variabel Promosi (X_3)	60
4.3.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	61
4.4. Metode Analisis Data	63
4.4.1. Uji Validitas	63
4.4.2. Uji Reabilitas	65
4.5. Alat Analisis Data	66
4.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.5.2. Koefisien Determinasi	66
4.6. Uji Hipotesis	68

4.6.1. Uji T	68
4.6.2. Uji F.....	72
4.7. Pembahasan	74
4.7.1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk di Jhon Culture	74
4.7.2. Pengaruh Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk di Jhon Culture.....	75
4.7.3. Pengaruh promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk di Jhon Culture.....	77
4.7.4. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk di Jhon Culture	77
 BAB V. KESIMPULAN	
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	42
Tabel 4.1. Distribusi Responden Berdasarkan usia	59
Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan jenis kelamin	60
Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan penghasilan.....	60
Tabel 4.4. Distribusi Responden Berdasarkan pendidikan	61
Tabel 4.5. Variabel harga	62
Tabel 4.6. Variabel Kualitas Produk	62
Tabel 4.7. Variabel Promosi Penjualan	61
Tabel 4.8. Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.9. Rata –rata Variabel	62
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Harga	64
Tabel 4.11. Uji Validitas Variable Kualitas Produk	64
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Promosi	64
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.14 Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.16 Uji T	69
Tabel 4.17 Uji F	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen	21
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian	39
Gambar 4.1. Uji t Variabel Harga.....	70
Gambar 4.2. Uji T Variabel Kualitas ProdaK.....	71
Gambar 4.3. Uji T Variabel Promosi.....	72
Gambar 4.4. Uji F	73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER	85
LAMPIRAN II DESKKRIPSI RESPONDEN	86