

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MILAGROS (STUDI KASUS PADA
KONSUMEN PRODUK MILAGROS DI KECAMATAN PULUNG)**



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 : Devita Mariska Putri

NIM : 17414624

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MILAGROS (STUDI KASUS PADA
KONSUMEN PRODUK MILAGROS DI KECAMATAN PULUNG)**



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 : Devita Mariska Putri

NIM : 17414624

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

Halaman Persetujuan

Judul : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milagros (Studi Kasus Pada Konsumen Milagros di Kecamatan Pulung)

Nama : Devita Mariska Putri

NIM : 17414624

Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 24 November 1998

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Prigram Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I

Drs. Supono, MM
NIDN. 0716065601

Ponorogo,
Pembimbing II

Wijianto, SE., MM
NIDN. 0726048505

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Hadi Sumarsono, SE., MM

NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Pengaji

Ketua

Drs. Supono, MM
NIDN. 0716065601

Sekretaris

Titi Rapini, SE., MM
NIDN. 0005056301

Anggota

Fery

Fery Setiawan, SE., MM
NIDN. 072128904

Ringkasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 konsumen yang pernah membeli produk Milagros. Tahapan pengujian dalam penelitian ini meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda.

Penelitian menunjukkan hasil bahwa : (1) Variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Milagros di Kecamatan Pulung, (2) Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Milagrod di Kecamtan Pulung, (3) Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung, (4) Promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Milagros di Kecamatan Pulung, (5) Promosi merupakan variabel ang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk Milagros di Keacamatan Pulung.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan nisip dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan dan atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 17 januari 2022



Devita Mariska Putri

NIM. 17414624

Motto

“Maka bersabarlah kamu dengan sabar yang baik” (QS.
AL-Ma’arij: 5)



Persembahan

Alhamdulillah dengan segala puj dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas do'a serta dukungan dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu sesuai harapan. Oleh karena it, dengan rasa bangga dan bahagia saya haturkan

rasa syukur dan terimakasih saa kepada :

1. Kepada Allah Swt, karena dengan karuniaNya maka saa dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Diri saya sendiri, terimakasih sudah berjuang selama ini, kamu hebat
3. Orang tua saya Ibu Siti Murjani dan juga Kakek saya Bapak Jemikan, yang telah memberikan dukungan serta doa setiap harinya demi keuksesan saya, Terimakasih sebesar-besarnya.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar ang selama ini dengan tulus dan ikhlas meluangkan waktuna untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran ang tiada ternilai harganya supaya saa menjadi lebih baik kedepannya.
5. Sahabat saya enamsekawan yang selalu memberikan semangat dan juga motivasi
6. Teman-teman Manajemen F, yang tidak bisa saa sebutkan satu per satu, terimakasih untuk perjuangannya selama ini, utuk sedih, canda dan tawanya selama kurang lebih 4 tahun ini.
7. Pihak-pihak lainnya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini

Sekali lagi saya ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kalian semua.

Kata Pengantar

Bismillahirohmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'allamin puji syukur kehadirat Allah SWT atas kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tecurahkan kepada nabi besar Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak mulai dari pembuatan proposan kegiatan penelitian sampai pembuatan laporan skripsi ini oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi
4. Ibu Dwi Warni, MM selaku dosen wali
5. Bapak Drs. Sujiono, MM selaku pembimbing I dan Bapak Wijianto, SE, MM selaku pembimbing II yang dengan penuh kesabaran telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan berguna bagi penulis

7. Teman-teman yang senantiasa meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Dan seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan juga pembaca



Daftar Isi

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Ringkasan.....	ii
i	
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik	iv
Motto	
v	
Persembahan	vi
Kata	Pengantar
	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	
xiii	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	
5	
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran.....	24
D. Hipotesis penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	29
B. Populasi dan Sampel	29
C. Jenis Data	31
D. Metode Pengumpulan Data	31
E. Definisi Operasional Variabel.....	32

F. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
B. PEMBAHASAN	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	
69 DAFTAR PUSTAKA	
..... 70	
LAMPIRAN	73

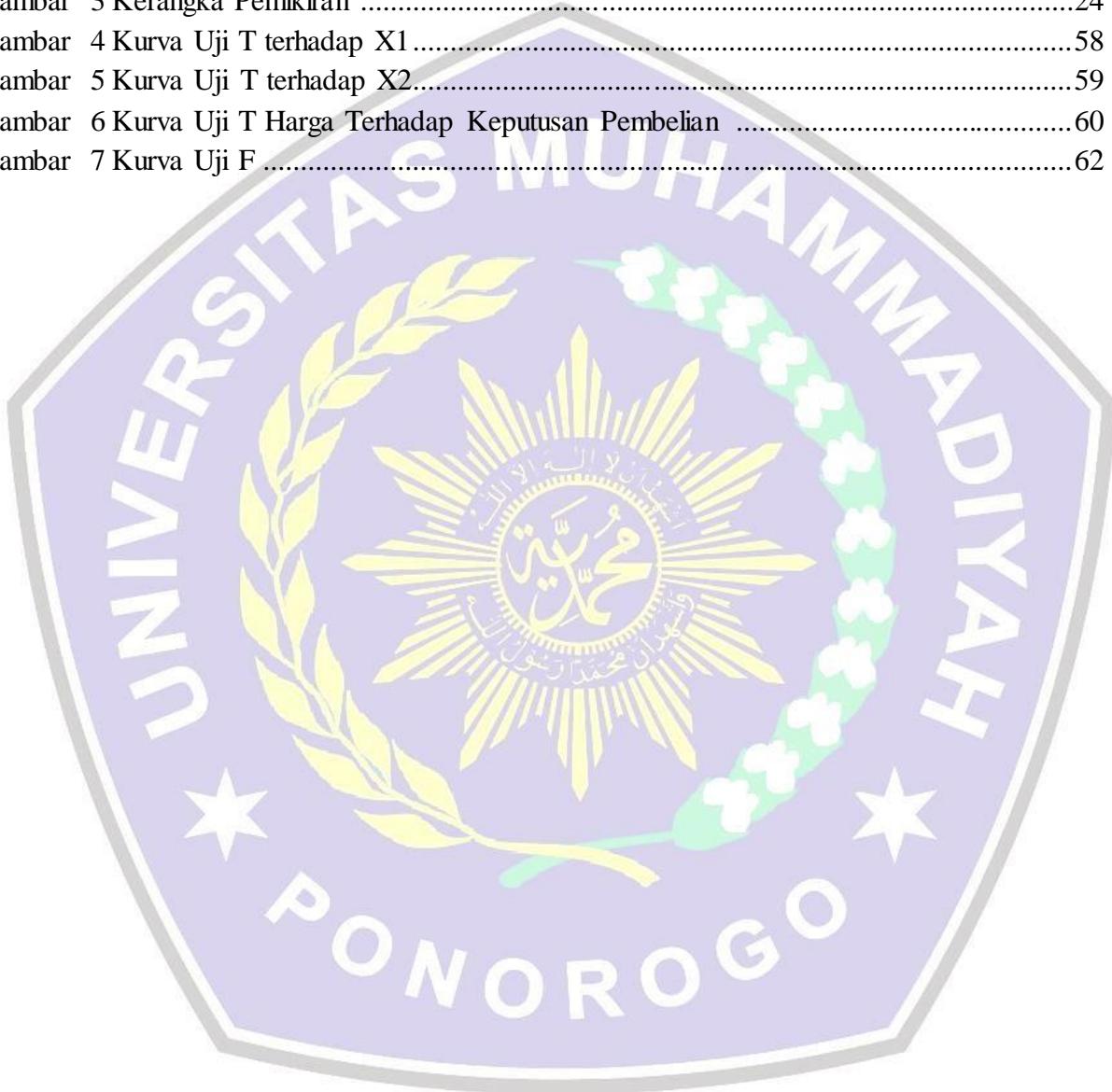


Daftar Tabel

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4. 2 Usia Responden	43
Tabel 4. 3 Pembelian Responden	44
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi.....	44
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	46
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolineritas	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji T Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji T Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4. 16 Hasil Uji T Harga (X3) Terhadap Keputusan	60
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	61

Daftar Gambar

Gambar 1 Konsep Inti Pemasaran.....	9
Gambar 2 Tahapan Keputusan Pembelian	15
Gambar 3 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4 Kurva Uji T terhadap X1	58
Gambar 5 Kurva Uji T terhadap X2.....	59
Gambar 6 Kurva Uji T Harga Terhadap Keputusan Pembelian	60
Gambar 7 Kurva Uji F	62



Daftar Lampiran

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN	73
LAMPIRAN II TABULASI DATA	78
LAMPIRAN III Hasil Uji Instrumen dan Analisis Regresi	82
LAMPIRAN IV UJI HIPOTESIS	89
LAMPIRAN V T-TABEL	91
LAMPIRAN VI F-TABEL	92

