

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SABUN NYRTEA**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

MUHAMAD ALIYUDIN ALFARIZI
NIM: 2412008306



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SABUN NYRTEA**

Oleh:

Nama : Muhamad Aliyudin Alfarizi
NIM : 2412008306
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 6 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Yumartono, SE., MM

Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SABUN NYRTEA**

Oleh:

Nama : Muhamad Aliyudin Alfarizi
NIM : 2412008306
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 6 Agustus 2024
Waktu : 14.20- 15.40

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Jhonson Sitanggang, SP., MM (.....)

Anggota : Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Aliyudin Alfarizi
NIM : 2412008306
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3201011501020015
Alamat : Babakan Tarikolot, Rt 03/ Rw 08, Kel. Nanggewer,
Kec. Cibinong, Kab. Bogor 16912

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Nyrtea ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*)
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 6 Agustus 2024

Muhamad Aliyudin Alfarizi

ABSTRAK

MUHAMAD ALIYUDIN ALFARIZI. NIM 2412008306. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Nyrtea.

Penjualan Sabun Nyrtea mengalami penurunan selama tiga bulan terakhir, yang menjadi perhatian serius bagi para *reseller*. Penurunan ini menunjukkan adanya hambatan atau kesulitan dalam mempertahankan performa penjualan. Oleh karena itu, penelitian yang direncanakan diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi penjualan sabun Nyrtea di kalangan *reseller*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Nyrtea. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa survei dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Convenience Sampling* atau *Accidental Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 90 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 28,60% keputusan pembelian di pengaruhi harga, kualitas produk dan promosi sedangkan sisanya sebesar 71,40% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $F_{hitung} = 12,861 > \text{dari } F_{tabel} = 3.10$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk menunjukkan hasil $t_{hitung} (4,852)$ nilai $t_{tabel} (1,988)$ maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun variabel harga (1,072) dan variabel promosi (1,692) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

MUHAMAD ALIYUDIN ALFARIZI. Student ID 2412008306. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Nyrtea.

Sales of Nyrtea Soap have experienced a decline over the past three months, which has become a serious concern for resellers. This decrease indicates obstacles or difficulties in maintaining sales performance. Therefore, the planned research is expected to provide a deeper understanding of the factors affecting the sales of Nyrtea soap among resellers.

The purpose of this research is to identify and analyze the Influence of Price, Product Quality, and Promotion on the Purchase Decision of Nyrtea Soap Products. The type of research used is quantitative research, with the research method being a survey and data collection through questionnaires. The data analysis model employed is multiple linear regression analysis. The sample selection was carried out using Convenience Sampling or Accidental Sampling, with a total of 90 respondents, analyzed using multiple linear regression.

The regression test results show that 28.60% of the purchase decisions are influenced by price, product quality, and promotion, while the remaining 71.40% are influenced by other variables not included in this study. The F test results indicate that simultaneously, the variables of price, product quality, and promotion have a significant effect on purchase decisions, with an F value of 12.861, which is greater than the F table value of 3.10. The t test results show that the product quality variable has a t value of 4.852, which is greater than the t table value of 1.988, indicating that this variable has a positive and significant effect on purchase decisions. However, the price variable (t value of 1.072) and the promotion variable (t value of 1.692) do not have a positive and significant effect on purchase decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Nyrtea** ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang semakin merasakan manfaat dari Produk Sabun Nyrtea ini. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pemasaran seperti apa yang diinginkan masyarakat di masa yang akan datang.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, SE selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Yumartono, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai cumlaude.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Bapak dan Ibu saya tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 6 Agustus 2024

Penulis,

Muhamad Aliyudin Alfarizi

NIM : 2412008306

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Perumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	5

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Harga	6
2.1.2. Kualitas Produk.....	7
2.1.3. Promosi	9
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	10
2.2. Penelitian Terdahulu	11
2.3. Kerangka Konseptual	13
2.4. Hipotesis.....	15

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	17
3.2. Jenis dan Metode Penelitian.....	17
3.3. Populasi dan Sampel	18
3.3.1. Populasi	18
3.3.2. Sampel.....	18
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5. Definisi Oprasional Variabel.....	20
3.5.1. Variabel Bebas	21
3.5.2. Variabel Terikat	22
3.6. Teknik Analisis Data.....	24
3.6.1. Skala Angka Penafsiran	24
3.6.2. Persamaan Regresi	25
3.6.3. Uji Kualitas Data.....	26
3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....	29
3.6.5. Uji Hipotesis	31

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	35
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	35
4.1.2. Karakteristik Responden	35
4.1.3. Tanggapan Responden	37
1. Harga (X1)	38
2. Kualitas Produk (X2)	40
3. Promosi (X3).....	42
4. Keputusan Pembelian (Y)	44
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	49
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	49
1. Uji Normalitas.....	50
2. Uji Multikolinieritas	51
3. Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	52

1. Persamaan Regresi Linier Berganda	52
2. Hasil Uji F (Simultan).....	54
3. Koefisien Determinasi.....	54
4. Hasil Uji t (Parsial).....	55
5. Pengaruh Dominan.....	56
4.2. Pembahasan.....	56
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. simpulan	59
5.2. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Tahun 2023	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.2. Kerangka Berpikir Penelitian.....	15
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	17
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	25
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	36
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	38
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	42
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	47
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	48
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	51
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Berganda	53
Tabel 4.13. Hasil Uji F	54
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Tabel Isaac and Michael.....	19
Gambar 3.2. Rumus Korelasi	27
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	63
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	69
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	70
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	78
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....	79
Lampiran 7. Tabel F, dan t.....	80
Lampiran 8. Hasil cek plagiarisme.....	82