

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, SERTA
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN SILVERMIST**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION,
AND SERVICE QUALITY ON SILVERMIST CONSUMER
PURCHASE DECISION***

Oleh:
YULIA INDARSIH M
61201021009030

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2025**

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, SERTA
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN SILVERMIST**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION,
AND SERVICE QUALITY ON SILVERMIST CONSUMER
PURCHASE DECISION***

Oleh:

**YULIA INDARSIH M
61201021009030**

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat: Depok

Tanggal: 25 Juli 2025

Dosen Pembimbing,

Ketua Jurusan Manajemen

Eko Wahyu Widayat, S.Si, SE., MM
NIDN/NUPTK : 0131017804

Henky Hendrawan, S.Pd., M.M., M.Si
NIDN/NUPTK : 0416076506

Mengetahui,
Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.Si
NIDN/NUPTK : 2017065701

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, SERTA
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN SILVERMIST**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION,
AND SERVICE QUALITY ON SILVERMIST CONSUMER
PURCHASE DECISION***

**Oleh:
YULIA INDARSIH M
61201021009030**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:
Tempat: Depok
Tanggal: 25 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Mega Indah Edityawati, SE, MM
NIDN/NUPTK : 0418028503

Nuryani Susana, S.Pd, SH, MH
NIDN/NUPTK : 0330106805

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Henky Hendrawan, S.Pd., M.M., M.Si
NIDN : 0416076506

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap: YULIA INDARSIH M

NIM : 61201021009030

Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Silvermist.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijasah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 25 Juli 2025

YULIA INDARSIH M

Nama Lengkap: YULIA INDARSIH M

NIM : 61201021009030

Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Silvermist.

Abstrak

Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi serta Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Silvermist. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis Regresi Linear Berganda. Pemilihan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah 110 responden. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 63,90% faktor keputusan pembelian Silvermist, dijelaskan dengan variabel produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan. Sisanya 36,10% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Sedangkan Uji F menunjukkan secara simultan variabel produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis $F_{hitung} = (49,258) > F_{tabel} (2,46)$. Hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel produk menunjukkan hasil $t_{hitung} (-1,386)$, harga (4,547), promosi (6,347) dan kualitas pelayanan (-1,359), dimana $t_{tabel} (1,982)$ maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Silvermist dengan variabel promosi yang menjadi dominasi terhadap keputusan pembelian Silvermist.

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

Abstract

The study is to determine and analyze the influence of product, price, promotion, and service quality on consumer purchasing decisions at Silvermist. This study is quantitative, using a questionnaire as the data collection method. The data analysis model used was multiple linear regression analysis. The sample selection used purposive sampling with 110 respondents. The regression test results show that 63.90% of the purchasing decision factors for Silvermist are explained by product, price, promotion, and service quality. The remaining 36.10% is explained by other factors not included in this study. The F-test shows that simultaneously, the product, price, promotion, and service quality variables significantly influence purchasing decisions, with $F\text{-count} = (49.258) > F\text{-table} (2.46)$. The t-test results indicate that the product variable shows a calculated t-value of -1.386, price (4.547), promotion (6.347), and service quality (-1.359). The t-table (1.982) indicates that these variables partially significantly influence purchasing decisions for Silvermist, with promotion being the dominant variable.

Keywords: Silvermist Product, Price, Promotion, Service Quality, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang penulis panjatkan karena atas Rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya yang merupakan salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Keberhasilan penulis dalam melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Silvermist** ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Bapak Mildy Rifa'i, S.E selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang senantiasa berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus tercinta kami dengan baik.
3. Bapak Henky Hendrawan, M.M., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si, S.E., M.M sebagai pembimbing yang sabar memberikan bimbingan, arahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, khususnya Dosen Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan ilmu bermanfaat dan dedikasi tinggi sehingga penulis dapat menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Ibunda Asih Sudaryani dan Ayahanda Taufansyah Machmoed tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
7. Anak-anak saya Muhammad Nazriel dan Muhammad Naziem yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi dengan baik.
8. Ibu Marita selaku pemilik Toko Buku Mail (Pondok Cina) yang senantiasa mendukung penulis dalam mencari referensi dan literasi selama proses perkuliahan sampai dengan proses penyusunan skripsi ini.

9. Kepada Diri saya sendiri yang sudah berjuang, bertahan, dan pantang menyerah dalam berusaha dari awal perkuliahan sampai dengan diselesaikannya tugas akhir skripsi ini.
10. Kepada Bapak Sentot A. Prayitno selaku Direktur PT. Trijaya Prima Mandiri yang telah banyak membimbing dan memberikan masukan serta rekomendasi objek penelitian Silvermist kepada penulis dari awal dan selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Kepada Bapak Andy Hartayo dan Ibu Vinita Boonlikitcheva Selaku Owner Silvermist yang telah memberikan izin kegiatan penelitian pada Silvermist.
12. Kepada Sdri Ariesta, serta staf Silvermist lainnya yang telah membantu penulis melaksanakan penelitian pada Silvermist.
13. Rekan-rekan mahasiswa khususnya Angkatan 2021 yang telah Bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka duka.
14. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan yang luar biasa selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca semua. Harapannya, semoga dimasa yang akan datang penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata tanpa menurangi rasa terimakasih yang tak terhingga dan semoga kesuksesan akan diraih oleh kita semua. Aamiin.

Depok, 25 Juli 2025

YULIA INDARSIH M

DAFTAR ISI

	halaman
JUDUL SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGUJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah.....	4
1.4. Perumusan Masalah.....	5
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.6. Kegunaan Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
 BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. Produk	10
2.1.3. Harga	16
2.1.4. Promosi.....	19
2.1.5. Kualitas Pelayanan	20
2.1.6. Keputusan Pembelian.....	22
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Berpikir	28
2.4. Hipotesis	30

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	32
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3.1. Populasi	33
3.3.2. Sampel	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data	35
3.5. Definisi Operasional Variabel	36
3.5.1. Variabel Bebas	36
3.5.2. Variabel Terikat	38
3.6. Teknik Analisis Data	42
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	42
3.6.2. Persamaan Regresi	44
3.6.3. Uji Kualitas Data	45
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	47
3.6.5. Uji Hipotesis	48

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	51
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	51
4.1.3. Struktur Organisasi	52
4.1.4. Logo Silvermist	53
4.1.5. Karakteristik Responden	53
4.1.6. Tanggapan Responden	56
4.1.7. Hasil Uji Kualitas Data	72
4.1.8. Hasil Uji Asumsi Klasik	81
4.1.9. Hasil Uji Hipotesis	85
4.2. Pembahasan	80

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Silvermist 2019-2024 (Quantity)	2
Tabel 1.2. Perbandingan Harga Produk.....	2
Tabel 1.3. Ulasan Komplain Konsumen Silvermist	3
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	32
Tabel 3.5. Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.6. Interval Angka Penafsiran	43
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	53
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel Produk.....	57
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Harga.....	62
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Variabel Promosi	65
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	73
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	75
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	76
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	78
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	79
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinieritas	83
Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Berganda	85
Tabel 4.15. Hasil Uji F	87
Tabel 4.16. Hasil Koefisien Determinasi	88
Tabel 4.17. Hasil Uji t	89

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.3. Kerangka Berpikir Penelitian	28
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	52
Gambar 4.2. Logo Silvermist	53
Gambar 2.3. Hasil Uji Normalitas (<i>Histogram</i>).....	82

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 2. Tabulasi Data	105
Lampiran 3. Variabel Produk	106
Lampiran 4. Variabel Harga	108
Lampiran 5 Variabel Promosi.....	110
Lampiran 6. Variabel Kualitas Pelayanan	112
Lampiran 7. Variabel Keputusan Pembelian	114
Lampiran 8. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Hipotesis)	116
Lampiran 9. Kartu Bimbingan	120
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup	121
Lampiran 11. Surat Pengantar Penelitian	123
Lampiran 12. Surat Ijin Penelitian	124
Lampiran 13. Tabel F	125
Lampiran 14. Tabel t	126
Lampiran 15. Hasil Plagiarisme	127