

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
CV. FIVA FOOD & MEAT SUPPLY
DI JATIBENING**

SKRIPSI

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

Oleh:

MUHAMMAD KURNIA MUSTAJABI
NIM: 241.20.08114



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
CV. FIVA FOOD & MEAT SUPPLY
DI JATIBENING**

Oleh:

Nama : MUHAMMAD KURNIA MUSTAJABI
NIM : 2412008114
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 10 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Yose Cahyo Benardi W, SE, M.Si

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr, Abdul Hamid, MS



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
CV. FIVA FOOD & MEAT SUPPLY
DI JATIBENING**

Oleh :

Nama : MUHAMMAD KURNIA MUSTAJABI
NIM : 241.20.08114
Program Studi : Manajemen

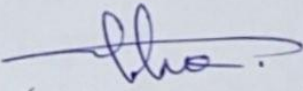
Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 10 Agustus 2024
Waktu : 10.40 - Selsai

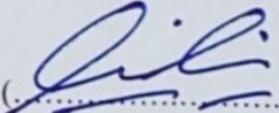
DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr. (Cand) Eko Yuliawan, SE, M.Si


(.....)

Anggota : Ricky Rizkie, SE., MM


(.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD KURNIA MUSTAJABI
NIM : 241.20.08114
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3275082705020018
Alamat : JL. Setia 1, RT004/RW010, Jaticempaka,
Pondok Gede Kota Bekasi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen CV. Fiva Food & Meat Supply di Jatibening
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih informatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan 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 keserjanaan saya apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 10 Agustus 2024



MUHAMMAD KURNIA MUSTAJABI

ABSTRAK

MUHAMMAD KURNIA MUSTAJABI. 241.20.08114. PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN CV. FIVA FOOD & MEAT SUPPLY DI JATIBENING

Dalam konteks masyarakat yang semakin sibuk, produk pangan beku menjadi alternatif populer, mendorong pertumbuhan industri makanan beku. CV. Fiva Food & Meat Supply, sebuah perusahaan pengolahan daging dengan sertifikasi halal BPOM-MUI, menghadapi fluktuasi penjualan bulanan dan berupaya meningkatkan penjualan tahunan melalui strategi promosi yang kuat dan perluasan pasar. Untuk bersaing dengan merek-merek besar seperti Belfoods dan So Good, perusahaan ini perlu meningkatkan kesadaran merek melalui promosi agresif dan strategi branding inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pengumpulan data melalui wawancara dan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 104 responden yang dipilih secara *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk, promosi, dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F (simultan) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $32,218 > F_{tabel}$ (1,690) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kualitas produk, promosi, dan harga secara bersama-sama maupun parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, CV. Fiva Food & Meat Supply perlu terus meningkatkan kualitas produknya, memperkuat strategi promosi, dan mempertahankan harga yang kompetitif untuk meningkatkan keputusan pembelian dan kesadaran merek di pasar yang semakin ketat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian, CV. Fiva Food & Meat Supply.

ABSTRACT

MUHAMMAD KURNIA MUSTAJABI. 241.20.08114. THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS AT CV. FIVA FOOD & MEAT SUPPLY JATIBENING

In the context of an increasingly busy society, frozen food products have become a popular alternative, driving the growth of the frozen food industry. CV. Fiva Food & Meat Supply, a meat processing company with halal certification from BPOM-MUI, faces monthly sales fluctuations and strives to increase annual sales through strong promotional strategies and market expansion. To compete with major brands such as Belfoods and So Good, the company needs to enhance brand awareness through aggressive promotion and innovative branding strategies. This study aims to analyze the influence of product quality, promotion, and price on consumer purchasing decisions. The research method used is a survey with data collection through interviews and questionnaires. The sample used in this study consists of 104 respondents selected through purposive sampling. Data analysis techniques employ multiple linear regression analysis. The results of the study show that partially, product quality, promotion, and price have a positive and significant influence on purchasing decisions. Simultaneously, the three independent variables have a significant influence on purchasing decisions. This is evidenced by the hypothesis testing results using the F test (simultaneous), where the calculated F value is 32,218 > the F table value of 1,690 with a significance level of $0.000 < 0.05$. The conclusion of this study is that product quality, promotion, and price, both together and partially, have a significant influence on consumer purchasing decisions. Therefore, CV. Fiva Food & Meat Supply needs to continuously improve its product quality, strengthen its promotional strategies, and maintain competitive pricing to enhance purchasing decisions and brand awareness in an increasingly competitive market.

Keywords: Product Quality, Promotion, Price, Purchase Decision, CV. Fiva Food & Meat Supply.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena limpahan rahmat, taufik hidayat, serta inayah-Nya sehingga penelitian ini berhasil diselesaikan tepat pada waktunya. Adapun judul penelitian ini yaitu "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen CV. Fiva Food & Meat Supply di Jatibening" disusun untuk memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul ini karena perusahaan masih mengalami ketidak-konsistenan pendapatan, oleh karena itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk menentukan strategi yang dapat diimplementasikan perusahaan guna memperoleh keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan. Selama proses penelitian ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, antara lain:

1. Bapak Mildy Rifai., S.E selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berupaya untuk terus mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Dr. (Cand) Eko Yuliawan, SE, M.Si selaku wakil ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI
5. Bapak Yose Cahyo Bernadi W, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Ibu dan Bapak dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, khususnya Program Studi Manajemen, yang telah dengan tekun dan penuh dedikasi mengajar penulis.
7. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun.
9. Ibu Asfah Sarifah Hasan dan Bapak SA' Roni selaku orang tua yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.

10. Ibu Aulia Rofiqoh selaku HRD CV. Fiva Food & Meat Supply di Jatibening yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memerlukan penyempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca. Harapannya, di masa mendatang penulis dapat menulis dengan lebih baik lagi. Sekali lagi, penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 10 Agustus 2024

Muhammad Kurnia Mustajabi
NIM: 241.20.08122

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Rumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian.....	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Kualitas Produk.....	6
2.1.2. Dimensi Kualitas Produk	6
2.1.3. Promosi	7
2.1.4. Bauran Pemasaran.....	7
2.1.5. Indikator Promosi	7
2.1.6. Harga.....	8
2.1.7. Indikator Harga	9
2.1.8. Keputusan Pembelian	9
2.1.9. Perilaku Konsumen.....	10
2.1.10. Proses Keputusan Pembelian	11
2.1.11. Indikator Keputusan Pembelian.....	12
2.2. Penelitian Terdahulu.....	13
2.3. Kerangka Berpikir	16
2.4. Hipotesis	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.2. Jenis Penelitian	19
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	19
3.3.1. Populasi.....	19
3.3.2. Sampel	20
3.4. Teknik Pengumpulan Data	21
3.5. Definisi Operasional Variabel	22
3.5.1. Variabel Bebas	22

3.5.2.	Variabel Terikat	23
3.6.	Teknik Analisis Data	25
3.6.1.	Skala dan Angka Penafsiran	25
3.6.2.	Persamaan Regresi	26
3.7.	Uji Kualitas Data	27
3.7.1.	Uji Validitas	27
3.7.2.	Uji Reliabilitas	27
3.8.	Uji Asumsi Klasik	28
3.8.1.	Uji Normalitas	28
3.8.2.	Uji Multikolinieritas	28
3.8.3.	Uji Heteroskedastisitas	29
3.9.	Uji Hipotesis	29
3.9.1.	Uji t (Parsial)	29
3.9.2.	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	29
3.9.3.	Uji R (Koefisien Determinasi)	30
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1.	Hasil Penelitian	31
4.1.1.	Gambaran Umum CV. Fiva Food & Meat Supply	31
4.1.2.	Karakteristik Responden	32
4.1.3.	Distribusi Data Responden	33
4.1.4.	Tanggapan Responden	34
4.1.5.	Hasil Uji Kualitas Data	44
4.1.6.	Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.1.7.	Hasil Uji Hipotesis	50
4.2.	Pembahasan	54
4.2.1.	Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	54
4.2.2.	Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	54
4.2.3.	Pengaruh Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	55
4.2.4.	Pengaruh Kualitas Produk (X1), Promosi (X2) dan Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	55
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1.	Kesimpulan	57
5.2.	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		59
DAFTAR LAMPIRAN		61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan CV. Fiva Food & Meat Supply Tahun 2023.....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	19
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden	33
Tabel 4. 2 Angka Penafsiran	35
Tabel 4. 3. Tanggapan Responden terhadap variabel Kualitas Produk (X_1)	35
Tabel 4. 4. Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi (X_2).....	38
Tabel 4. 5. Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi (X_2).....	40
Tabel 4. 6. Tanggapan Responden terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4. 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	45
Tabel 4. 8. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_2)	45
Tabel 4. 9. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_3).....	45
Tabel 4. 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4. 11. Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4. 12. Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 13. Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4. 14. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	50
Tabel 4. 15. Hasil Uji F	51
Tabel 4. 16. Koefisien Determinasi	52
Tabel 4. 17. Hasil Uji t (Uji Parsial)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4. 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Riwayat Hidup.....	61
Lampiran 2: Lampiran Kuesioner	62
Lampiran 3: Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X1).....	66
Lampiran 4: Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Promosi (X2)	67
Lampiran 5: Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Harga (X3).....	68
Lampiran 6: Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)..	69
Lampiran 7: Tabel Hasil Uji Validitas Kuesioner variabel X1 (Kualitas Produk) dengan Program SPSS 26	70
Lampiran 8: Tabel Hasil Uji Validitas Kuesioner variabel X2 (Promosi) dengan Program SPSS 26.....	71
Lampiran 9: Tabel Hasil Uji Validitas Kuesioner variabel X3 (Harga) dengan Program SPSS 26	72
Lampiran 10: Tabel Hasil Uji Validitas Kuesioner variabel Y (Keputusan Pembelian) dengan Program SPSS 26	73
Lampiran 11: Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner variabel X1 (Kualitas Produk) dengan Program SPSS 26	74
Lampiran 12: Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner variabel X2 (Promosi) dengan Program SPSS 26	75
Lampiran 13: Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner variabel X3 (Harga) dengan Program SPSS 26.....	76
Lampiran 14: Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner variabel Y (Keputusan Pembelian) dengan Program SPSS 26	77
Lampiran 15: Tabel Hasil Uji Normalitas.....	78
Lampiran 16: Hasil Uji Regresi Berganda	79
Lampiran 17: Tabel r Product Moment.....	80
Lampiran 18: Tabel Distribusi t	81
Lampiran 19: Tabel Distribusi F	82
Lampiran 20: Surat Permohonan Ijin Penelitian.....	83
Lampiran 21: Surat Keterangan Penelitian	84
Lampiran 22: Kartu Bimbingan Skripsi.....	85
Lampiran 23: Hasil Cek Plagiasi	86
Lampiran 24: Foto CV. Fiva Food & Meat Supply Jatibening.....	87