

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul. **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel melalui Harga sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa PGRI Adi Buana Surabaya Prodi Manajemen)”**.

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, peneliti banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Djoko Adi Waludjo, ST., MM., DBA, selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Ibu Dra. Siti Istikhoroh, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak Tony Susilo Wibowo, SE, M.Pd, MSM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Drs. Sugijanto, M. Ak, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Orang tua, kakak, keluarga manajemen A, serta semua pihak yang membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat peneliti harapkan.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 15 April 2019

(Ila Armelia)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau menjelaskan pengaruh hubungan kualitas produk terhadap harga, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui harga sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Prodi Manajemen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden dengan teknik pengambilan data purposive sampling. Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner/angket. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis jalur. Hasil penelitian ini dengan menggunakan analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga (Y_1), harga (Y_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y_2), serta kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y_2) melalui harga (Y_1) melalui variabel intervening.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Harga.*

ABSTRACT

This study aims to explain the effect of product quality relations on prices, the effect of prices on purchasing decisions, and the effect of product quality on purchasing decisions through price as an intervening variable. The population in this study were students of the PGRI Adi Buana Surabaya Management Study Program. The samples used in this study were 75 respondents with purposive sampling data collection techniques. Data collection techniques by distributing questionnaires. This study uses descriptive analysis techniques and path analysis. The results of this study indicate that product quality (X) has a positive and significant effect on price (Y1), price (Y1) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y2), and product quality (X) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y2) through price (Y1) through intervening variables.

Keywords: *Product Quality, Purchase Decision, Price*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN ABSTRAK	viii
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Kualitas Produk.....	13
2.2.1.1. Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.2.1.2. Dimensi Kualitas Produk.....	14
2.2.2. Harga.....	16
2.2.2.1. Pengertian Harga.....	16
2.2.2.2. Indikator Harga.....	17
2.2.2.3. Penentuan Harga.....	17
2.2.2.4. Tujuan Penetapan Harga.....	18
2.2.3. Keputusan Pembelian.....	19

2.2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.2.3.2. Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	19
2.2.3.3. Peran Pembelian.....	22
2.2.3.4. Tahap Keputusan Pembelian	23
2.3. Kerangka Konseptual	24
2.4. Hipotesis	25
BAB III. METODE PENELITIAN	27
3.1. Rancangan Penelitian	27
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel...	29
3.2.1. Populasi	29
3.2.2. Sampel.....	29
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel	30
3.3. Jenis dan Sumber Data	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	31
3.5.1. Variabel Penelitian	31
3.5.2. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.6. Teknik Analisis Data	34
3.6.1. Teknik Statistik Deskriptif.....	34
3.6.2. Uji Instrumen Penelitian.....	34
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.4. Uji Regresi dan Analisis Jalur	37
3.6.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	39
3.6.6. Uji Hipotesis.....	39
3.7. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Penelitian	41
4.1.1. Karakteristik Responden.....	41
4.1.1.1. Jenis Kelamin Responden	41
4.1.1.2. Usia Responden.....	42
4.1.1.3. Manajemen Tahun Angkatan Responden ...	43
4.1.2. Analisis Deskriptif.....	44
4.1.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49

4.1.4. Uji Asumsi Klasik	52
4.1.5. Uji Regresi dan Analisis Jalur	55
4.1.5.1. Koefisien Jalur Regresi Model 1 ($X-Y_1$).....	55
4.1.5.2. Koefisien Jalur Regresi Model 2 (Y_1-Y_2)	57
4.1.5.3. Koefisien Jalur Regresi Model 3 ($X-Y_2$).....	59
4.1.5.4. Pengujian Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	62
4.1.6. Uji Hipotesis.....	64
4.1.6.1. Uji H_1 : Kualitas Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Harga.....	65
4.1.6.2. Uji H_2 : Harga Berpengaruh Positif dan Sinifikan terhadap Keputusan Pembelian	65
4.1.6.3. Uji H_3 : Kualitas Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.1.6.4. Uji H_4 : Kualitas Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga sebagai Variabel Intervening.....	66
4.2. Pembahasan	66
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	41
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	43
4.4.	Skor Responden terhadap Variabel Kualitas Produk	45
4.5.	Skor Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	46
4.6.	Skor Responden terhadap Variabel Harga.....	48
4.7.	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	49
4.8.	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	50
4.9.	Uji Validitas Variabel Harga	51
4.10.	Uji Reliabilitas.....	52
4.11.	Uji Normalitas	52
4.12.	Uji Homogenitas	53
4.13.	Uji Signifikansi dan Linieritas	54
4.14.	Koefisien Jalur Regresi Model 1	55
4.15.	Koefisien Jalur Regresi Model 2.....	57
4.16.	Koefisien Jalur Regresi Model 3.....	60
4.17.	Pengaruh Langsung.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1.	Kerangka Konseptual	24
3.1.	Rancangan Penelitian	28
3.2.	Model Analisis Jalur	38
4.1.	Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.	Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
4.3.	Diagram Pie Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	44
4.4.	Hasil Model Analisis Jalur	62

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Mentah
- Lampiran 3 : Frekuensi Skor Responden
- Lampiran 4 : Uji Validitas
- Lampiran 5 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Uji Regresi dan Analisis Jalur
- Lampiran 8 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9 : Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 10 : Lembar Persetujuan
- Lampiran 11 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi