



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan
Marketing Online Terhadap Keputusan
Pembelian Alat Drumband Di PT.
Mahakarya Berkah Sejahtera Surabaya**

Arum Anindya Rachman
171500120

Dosen Pembimbing
Drs. H. Teguh Purwanto, M.M
Tri Aripriabowo, S.E., M.Si

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
MARKETING ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ALAT DRUMBAND DI PT. MAHAKARYA
BERKAH SEJAHTERA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI
Adi Buana Surabaya**

**ARUM ANINDYA RACHMAN
NIM: 171500120**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2021**

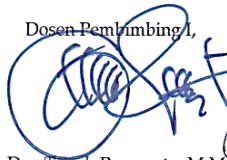
LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 20 JULI 2021.....

Dosen Pembimbing I,



Drs. Teguh Purwanto, M.M

NIP/NPP. 19601222.199003.1001

Dosen Pembimbing II,



Tri Ariprabowo, S.E., M.Si

NIP/NPP. 1809867/DY

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

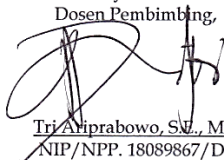
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Marketing Online* Terhadap Keputusan Pembelian Alat Drumband di PT. Mahakarya Berkah Sejahtera Surabaya.

Identitas Mahasiswa

a. Nama : Arum Anindya Rachman
b. NIM : 171500120
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
e. Alamat e-mail : arumanindyar@gmail.com

Mengetahui,
Ketua Program Studi,

I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
NIP/NPP. 1109598/DY

Surabaya,
Dosen Pembimbing,

Tri Ariprabowo, S.W., M.Si
NIP/NPP. 18089867/DY

Menyetujui,
Dekan,

Drs. Teguh Purwanto, M.M
NIP/NPP. 19601222.199003.1001


BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skrripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:


Pada Hari : Rabu
Tanggal : 28 Juli
Tahun : 2021

Penguji I



Dra. Ch. Menek Sri Handayani, S.E., M.M
NIP : 195808081982032001

Penguji II



Sutama Wisnu Dyatmika, S.E., M.M
NPP : 1507731/DY

SURAT PENYATAAN KEASLIAN

SURAT PENYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Arum Anindya Rachman
NIM : 171500120
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Univeristas PGRI Adi Buana
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Marketing Online* Terhadap Keputusan Pembelian Alat Drumband Di PT. Mahakarya Berkah Sejahtera Surabaya" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2020/2021 bersifat original. Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 9 Agustus 2021

Mahasiswa



Arum Anindya Rachman

NIM. 171500120

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia dan petunjuk serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Marketing Online* Terhadap Keputusan Pembelian Alat Drumband di PT. Mahakarya Berkah Sejahtera Surabaya”. Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapatkan motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. M. Subandowo, MS selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Drs. Teguh Purwanto, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M selaku Ketua Prodi Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Drs. Teguh Purwanto, M.M dan Bapak Tri Aripriabowo, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bantuan selama proses perkuliahan kepada penulis.
6. Yang tersayang dan tercinta kedua orang tua saya (Mama Dyah Kuwatin dan Alm, Papa Kurniadi Surachman), ketiga kakak saya dan kekasih saya beserta keluarga besar, yang selalu memberikan dukungan serta do’a dan semangat sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Teman-teman saya tersayang (Apaansi dan Gurita Syalala), pimpinan kerja saya (Bang Boss dan Bu San) dan anak bimbing magang saya (Jamet Crew) di PT. Mahakarya Berkah Sejahtera,

serta teman-teman Manajemen A / 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas do'a dan dukungannya selama ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 20 Juni 2021

Penulis,

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya..”
(Qs.Al-Baqarah:286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan..”
(Qs.Al-Insyirah:5)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PENYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO	viii
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.2 Pemasaran.....	19
2.2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	19
2.2.4 Harga	20
2.2.5 Kualitas Produk.....	22
2.2.6 <i>Marketing Online</i>	24
2.2.7 Keputusan Pembelian.....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27

2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.3 Pengaruh <i>Marketing Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4 Kerangka Konseptual.....	29
2.5 Hipotesis	31
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN	33
3.1 Rancangan Penelitian.....	33
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel	35
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel ...	39
3.5.1 Variabel Penelitian	39
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	42
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.6.4 Pengujian Hipotesis	45
BAB IV.....	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.4.1 Gambaran Umum Dan Sejarah Perusahaan.....	49
4.4.2 Visi dan Misi Perusahaan	50
4.4.3 Pengembangan Usaha Perusahaan	51
4.2 Karakteristik Responden	51
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2.3 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	53
4.3 Karakteristik Tanggapan Responden	53
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	54

4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	54
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Marketing Online</i>	55
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	56
4.4	Analisis Data dan Pembahasan	59
4.4.1	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	59
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	62
4.4.3	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	64
4.4.4	Pengujian Hipotesis	66
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
4.5.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.5.3	Pengaruh <i>Marketing Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.5.4	Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan <i>Marketing Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
BAB V		75
KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	KESIMPULAN	75
5.2	SARAN.....	75
DAFTAR PUSTAKA		77

DAFTAR TABEL

4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4. 2 Responden Berdasarkan Usia	52
4. 3 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	53
4. 4 Kategori Interval Frekuensi	53
4. 5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga	54
4. 6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk..	55
4. 7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Marketing Online	56
4. 8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian	57
4. 9 Tabulasi Data Variabel X dan Y	57
4. 10 Hasil Uji Validitas Harga	60
4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	61
4. 12 Hasil Uji Normalitas	62
4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	63
4. 14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	65
4. 15 Hasil Uji t	67
4. 16 Hasil Uji F	68

DAFTAR GAMBAR

2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	30
3. 1 Rancangan Penelitian	34
4. 1 Hasil Uji Heterokodestisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 : Catatan Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 4 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 5 : Lembar Persetujuan Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 6 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 8 : Kuisioner Penelitian
- Lampiran 9 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 10 : Output SPSS