

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Ramayana Department Store Cabang Bungurasih Sidoarjo”**.

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

1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Bapak Drs. H. 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 Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
4. Ibu Dra. Christina Menuk S.H., S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I terimakasih telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini
5. Bapak Bisma Arianto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang selalu sabar membimbing dan mengajarkan, terimakasih atas semua dukungan yang telah diberikan dalam penyusunan skripsi
6. Bapak/Ibu pengelola Ramayana Department Store Cabang Bungurasih Sidoarjo, terutama Bapak Yuniar Irawan selaku Supervisor terimakasih banyak telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian

7. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibu terimakasih banyak atas segalanya, doa yang tidak pernah berhenti selalu memberikan motivasi dan nasehat yang terbaik
8. Yohanes Ardian Riberu dan Marcel Kevin Riberu terimakasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan
9. Keluarga "SKRIPSI ULALA" Nindra, Devi, Noe, Anna, Ayu, Nafis, Susi, Agil terimakasih telah menjadi teman yang seru, sahabat yang baik, keluarga dan tim seperjuangan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (SM)
10. Teman-teman Manajemen 2016/B dan G yang solid dari awal masuk sampai perkuliahan berakhir
11. Serta semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dan seluruh teman-teman dari berbagai jurusan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

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

Surabaya, 6 Agustus 2020

Penulis,

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Ramayana *Department Store* cabang Bungurasih Sidoarjo. Metode penelitian ini menggunakan teknik *Sampling Insidental* dengan jumlah sampel 108 responden yang berbelanja di Ramayana *Department Store* cabang Bungurasih Sidoarjo. Data didapatkan dari kuesioner yang selanjutnya dianalisis menggunakan Regresi Linier Berganda. Analisis dari uji-t diperoleh hasil yang mempengaruhi variabel keputusan pembelian hanya variabel kualitas produk dan harga sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk itu perusahaan harus lebih meningkatkan lagi dalam hal promosi agar konsumen tetap menerima penyampaian informasi apa saja yang diberikan oleh perusahaan. Dan hasil dari analisis uji-F diperoleh bahwa ada pengaruh secara simultan antara kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of product quality, price and promotion variables on purchasing decisions at the Ramayana Department Store Bungurasih branch Sidoarjo. This research method uses Incidental Sampling technique with a sample of 108 respondents who were shopping at Ramayana Department Store Bungurasih branch Sidoarjo. Data obtained from the questionnaire which was further analyzed using Multiple Linear Regression. Analysis of the t-test obtained results that affect the purchase decision variable only product quality and price variables while the promotion variable doesn't affect the purchase decision. For that the company must further improve in terms of promotion so that consumers continue to receive the delivery of any information provided by the company. And the results of the F-test analysis show that there is a simultaneous influence between product quality, price and promotion on purchasing decisions.

Keyword: *Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Pemasaran.....	18
2.2.1.1 Perilaku Konsumen	19
2.2.1.2 Bauran Pemasaran	19
2.2.2 Kualitas Produk	21
2.2.2.1 Pengertian Kualitas.....	21
2.2.2.2 Pengertian Produk	21
2.2.2.3 Pengertian Kualitas Produk	21
2.2.2.4 Klasifikasi Produk.....	22
2.2.2.5 Indikator Kualitas Produk.....	23
2.2.3 Harga.....	24

2.2.3.1 Pengertian Harga	24
2.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	24
2.2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	25
2.2.3.4 Indikator Harga.....	27
2.2.4 Promosi	27
2.2.4.1 Pengertian Promosi.....	27
2.2.4.2 Bauran Promosi.....	28
2.2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	30
2.2.4.4 Indikator Promosi	31
2.2.5 Keputusan Pembelian	31
2.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	31
2.2.5.2 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian...	32
2.2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	34
2.3 Kerangka Konseptual	35
2.4 Hipotesis.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	39
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel....	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel.....	41
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	42
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.3.1 Jenis Data.....	42
3.3.2 Sumber Data	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data	44
3.4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	45

3.5.1 Variabel Penelitian.....	45
3.5.2 Definisi Operasional variabel	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian	49
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik	50
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data Penelitian.....	55
4.1.1 Gambaran Umum Ramayana <i>Department Store</i> ..	55
4.1.2 Visi dan Misi Ramayana <i>Department Store</i>	56
4.1.2.1 Visi Perusahaan.....	56
4.1.2.2 Misi Perusahaan	56
4.1.3 Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	56
4.2 Karakteristik Responden.....	60
4.2.1 Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
4.2.4 Responden Berdasarkan Melakukan Pembelian	62
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	62
4.3.1 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X_1).....	63
4.3.2 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_2).....	64
4.3.3 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X_3)	66
4.3.4 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
4.4 Analisis Data	68
4.4.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	71
4.4.1.1 Uji Validitas	71

4.4.1.2 Uji Reliabilitas	74
4.4.2 Pengujian Asumsi Klasik	75
4.4.2.1 Uji Normalitas	75
4.4.2.2 Uji Multikolinieritas	76
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	76
4.4.2.4 Uji Autokorelasi	78
4.4.2.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	79
4.4.2.5.1 R dan R Square	80
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	81
4.4.3.1 Uji t.....	81
4.4.3.2 Uji F.....	84
4.5 Pembahasan Hasil Penelitan	85
4.5.1 Pembahasan Analisis Desriptif.....	85
4.5.2 Pembahasan Analisis Regresi	85

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	89
5.2 Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian yang akan dilakukan.....	13
3.1 Skala <i>Likert</i>	44
4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	61
4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Melakukan Pembelian	62
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X_1)	63
4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_2)	65
4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X_3).....	66
4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
4.9 Perolehan Data Variabel X dan Y.....	68
4.10 Uji Validitas	72
4.11 Uji Reliabilitas.....	74
4.12 Uji Multikolinieritas	76
4.13 Uji Autokorelasi	78
4.14 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.15 Uji R dan R Square	80
4.16 Interpretasi Koefisien Korelasi	81
4.17 Uji t.....	82
4.18 Uji F	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	32
2.2 Kerangka Konseptual	36
3.1 Rancangan Penelitian.....	40
4.1 Struktur Organisasi.....	57
4.2 Uji Normalitas	75
4.3 Uji Heteroskedastisitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Balasan
- Lampiran 3 : Berita Acara Bimbingan
- Lampiran 4 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 5 : Lembar Persetujuan
- Lampiran 6 : Daftar Hadir Sempro
- Lampiran 7 : Kuesioner
- Lampiran 8 : Matrik Penelitian
- Lampiran 9 : Tabulasi
- Lampiran 10 : Hasil SPSS