



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK
SCARLET WHITENING PADA MAHASISWA MANAJEMEN
FEB UNIPA SBY**

**SARAH ALIYAH RAHMA
191500190**

**Dosen Pembimbing
I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK
SCARLET WHITENING PADA MAHASISWA MANAJEMEN
FEB UNIPA SBY**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

SARAH ALIYAH RAHMA
191500190

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2023

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Pada Mahasiswa Manajemen FEB Pembelian Impulsif Produk Scarlet Whitening UNIPA SBY


Identitas Mahasiswa

a. Nama : Sarah Aliyah Rahma
b. NIM : 191500190
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

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

Tanggal : 30 Desember 2022

Dosen Pembimbing


I Made Bagus Dwiarta, SE., M.M
NPP. 1109598/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sarah Aliyah Rahma

NIM : 191500190

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Pembelian Impulsif Produk Scrlet Whitening Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNIPA SBY" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemeen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022/2023 bersifat origonal.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Surabaya, 04 Januari 2023

Mahasiswa,



Sarah Aliyah Rahma

191500190

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Pembelian Impulsif Produk Scarlet Whitening Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNIPA SBY

Identitas Mahasiswa

a. Nama : Sarah Aliyah Rahma
b. NIM : 191500190
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
e. Alamat e-mail : Sarahaliyah3003@gmail.com

UNIVERSITAS PGRI
PRODI MAN Mengetahui,
Ketua Program Studi,
I Made Bagus Dwiartha, S.E., M.M
NIP/NPP: 1409598/DY

Surabaya, 03 Februari 2023
Dosen Pembimbing,


I Made Bagus Dwiartha, S.E., M.M
NIP/NPP: 1409598/DY


UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA
Menyetujui
Dekan,
Irfan Susilo Wibowo, S.E., MPD, MSM
NIP/NPP: 0709494/DY
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

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

Nama : Sarah Aliyah Rahma
NIM : 191500190
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Pembelian Impulsif Produk Scarlet Whitening Pada Mahasiswa Manajemen UNIPA SBY
Hari : Jumat
Tanggal : 20 Januari
Tahun : 2023

Penguji I

Dra. Christina Merduk Srihandayani, S.E., M.M
NPP : 195808081982032001

Penguji I

Fauziyah, S.Si., M.Si.
NPP : 1504721/DY

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Pembelian Impulsif Produk Scrlet Whitening Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNIPA SBY”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Namun penulis tetap berharap semoga skripsi ini bisa berguna untuk penulis selanjutnya.

Mulai dari penyusunan skripsi ini adalah berkat adanya bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Maka di kesempatan ini dengan penuh hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S sebagai Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., MPD, MSM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M sebagai ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberi mimbingan, pengarahan, dan koreksi serta membantu selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai
4. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.

5. Kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa terhadap penulis sampai penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.
6. Himpunan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah memberikan pengalaman dan pengetahuan selama kuliah.
7. Seluruh teman-teman manajemen D 2019 yang telah menemani selama di perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam isi maupun penyusunan mohon kritik dan saean untuk menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya 04 Januari 2023

Penulis

MOTTO

“Tidak perlu iri dengan pencapaian orang lain, kamu tidak tau
seberapa berat apa yang ia rasakan”

ABSTRAK

Perkembangan industri di Indonesia terus berkembang dan meningkat, khususnya industri kosmetik dimana Indonesia sebagai negara yang tinggi akan konsumen kosmetik terbesar nomor 2 di Dunia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan promosi terhadap pembelian impulsif produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa Manajemen FEB Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Sampel pada penelitian ini sejumlah 160 responden, teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dengan metode *proportionate stratified random sampling*. Data diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini persepsi harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap pembelian impulsif produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa Manajemen FEB UNIPA SBY.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Promosi, Pembelian Impulsif.

ABSTRACT

Industrial development in Indonesia continues to grow and increase, especially the cosmetics industry where Indonesia is the country with the 2nd largest consumer of cosmetics in the world. This study aims to analyze the effect of perceptions of price, product quality, and promotion on the impulsive buying of Scarlett Whitening products for FEB Management Students. PGRI Adi Buana University, Surabaya. The sample in this study was 160 respondents. The sampling technique was probability sampling using the proportionate stratified random sampling method. The data were obtained from questionnaires distributed to respondents using a Likert scale. The results of this research are perceptions of price, product quality and promotion that partially and simultaneously affect the impulsive purchase of Scarlett Whitening products by FEB UNIPA SBY Management Students.

Keywords : Perceived Price, Product Quality, Promotion
Impulsive Buying.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | ii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| MOTTO..... | viii |
| ABSTRAK..... | ix |
| ABSTRACT..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA..... | 11 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 23 |
| 2.2.1 Pemasaran..... | 23 |
| 2.2.2 Manajemen Pemasaran..... | 24 |
| 2.2.3 Perilaku Konsumen..... | 24 |
| 2.2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen..... | 24 |
| 2.2.3.2 Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 26 |
| 2.2.4 Persepsi Harga..... | 28 |
| 2.2.4.1 Pengertian Persepsi Harga..... | 28 |
| 2.2.4.2 Metode Penetapan Harga..... | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.4.3 Indikator Persepsi Harga..... | 31 |
| 2.2.5 Kualitas Produk..... | 32 |
| 2.2.5.1 Pengertian <i>Turnover Intention</i> | 32 |
| 2.2.5.2 Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.... | 34 |
| 2.2.5.3 Indikator Kualitas Produk..... | 37 |
| 2.2.6 Promosi | 38 |
| 2.2.6.1 Pengertian Promosi..... | 38 |
| 2.2.6.2 Faktor yang mempengaruhi promosi..... | 39 |
| 2.2.6.3 Indikator Promosi | 41 |
| 2.2.7 Pembelian Impulsif | 41 |
| 2.2.7.1 Pengertian Pembelian Impulsif..... | 41 |
| 2.2.7.2 Faktor yang mempengaruhi Pembelian Impulsif..... | 42 |
| 2.2.7.3 Indikator Pembelian Impulsif | 42 |
| 2.2.8 Hubungan Antar Variabel..... | 43 |
| 2.2.8.1 Hubungan Persepsi Harga dan Pembelian Impulsif..... | 43 |
| 2.2.8.2 Hubungan Kualitas Produk dan Pembelian Impulsif..... | 44 |
| 2.2.8.3 Hubungan Promosi dan Pembelian Impulsif | 44 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 45 |
| 2.4 Hipotesis | 47 |
| 2.4.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Pembelian Impulsif | 48 |
| 2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pembelian Impulsif | 49 |
| 2.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Pembelian Impulsif | 50 |
| 2.4.4 Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Pembelian Impulsif..... | 50 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 51 |
| 3.1 Metode Penelitian | 51 |

| | |
|---|----|
| 3.1.1 Pengertian Metode Penelitian..... | 51 |
| 3.1.2 Rancangan Penelitian..... | 51 |
| 3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 54 |
| 3.2.1 Populasi | 54 |
| 3.2.2 Sampel..... | 55 |
| 3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel | 56 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 59 |
| 3.3.1 Jenis Data | 59 |
| 3.3.2 Sumber Data | 59 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 60 |
| 3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data | 60 |
| 3.4.2 Alat Pengumpulan Data | 60 |
| 3.4.3 Lokasi dan Waktu Penelitian | 61 |
| 3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel . | 62 |
| 3.5.1 Variabel Penelitian | 62 |
| 3.5.2 Definisi Operasional Variabel | 62 |
| 3.5.2.1 Persepsi Harga (X1) | 63 |
| 3.5.2.2 Kualitas Produk (X2) | 63 |
| 3.5.2.3 Promosi (X3) | 64 |
| 3.5.2.4 Pembelian Impulsif (Y) | 64 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 64 |
| 3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian | 65 |
| 3.6.1.1 Uji Validitas..... | 65 |
| 3.6.1.2 Uji Reliabilitas | 66 |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik | 66 |
| 3.6.2.1 Uji Normalitas..... | 66 |
| 3.6.2.2 Uji Multikolinieritas..... | 67 |
| 3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas..... | 67 |
| 3.6.2.4 Uji Autokorelasi..... | 68 |
| 3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda | 69 |
| 3.6.4 Pengujian Hipotesis | 70 |

| | |
|---|------------|
| 3.6.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t) | 70 |
| 3.6.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)..... | 71 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 73 |
| 4.1 Hasil Penelitian..... | 73 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian..... | 75 |
| 4.3 Analisis Data Penelitian | 84 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian | 106 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 111 |
| 5.1 Kesimpulan | 111 |
| 5.2 Saran | 112 |
| DAFTAR PUSTAKA | 115 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|---------|
| 1.1 Penjualan Kosmetik Indonesia..... | 1 |
| 1.2 Top Brand 2021..... | 3 |
| 3.1 Distribusi Populasi | 50 |
| 3.2 Kriteria Sampel..... | 53 |
| 3.2 Skala <i>Likert</i> | 57 |
| 4.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Manajemen | 73 |
| 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 76 |
| 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 77 |
| 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan ... | 77 |
| 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga..... | 78 |
| 4.6 Dsistribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk..... | 80 |
| 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi..... | 81 |
| 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Pembelian Impulsif | 83 |
| 4.9 Rekapitulasi Data Penelitian Variabel X dan Y | 84 |
| 4.10 Hasil Uji Validitas | 90 |
| 4.11 Uji Reliabilitas..... | 92 |
| 4.12 Uji Normalitas | 93 |
| 4.13 Uji Normalitas Coefficients | 94 |
| 4.14 Uji Autokorelasi..... | 96 |
| 4.15 Uji Regresi Linier Berganda..... | 97 |
| 4.16 Hasil Pengujian R Square | 98 |
| 4.17 Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 99 |
| 4.18 Uji t Parsial..... | 100 |
| 4.19 Uji F..... | 101 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|------------------------------------|---------|
| 2.1 Model Perilaku Konsumen..... | 23 |
| 2.2 Kerangka Konseptual | 42 |
| 3.1 Rancangan Penelitian..... | 49 |
| 4.1 Logo Scarlet Whitening | 70 |
| 4.2 Produk Scarlet Whitening | 70 |
| 4.3 Uji Heteroskedastisitas | 93 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 3 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 6 : Daftar Hadir Ujian Proposal
- Lampiran 7 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 8 : Tabulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 9 : Rekapitulasi Data
- Lampiran 10 : Output Data SPSS