

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT CATUR EKA JAYA**

SKRIPSI



**Oleh:
Aripin Mahdi
160910257**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT CATUR EKA JAYA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Aripin Mahdi
160910257**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang telah bertanda tangan dibawah :

Nama : Aripin Mahdi
NPM/NIP : 160910257
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang telah saya buat dengan judul:

“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRDUK DAN PRMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT CATUR EKA JAYA”

merupakan hasil dari karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya pihak lain. Sepengetahuan saya, pada naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah maupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali secara tertulis yang telah dikutip didalam naskah ini dan merupakan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini untuk digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses yang telah dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini yang telah saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 26 Januari 2022



Aripin Mahdi
160910257

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT CATUR EKA JAYA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Aripin Mahdi
160910257**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 26 Januari 2022



**David Humala Sitorus, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Perusahaan harus memiliki daya saing untuk menghadapi pasar yang semakin beragam. Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan pembelian oleh konsumen. Keputusan pembelian sendiri merupakan proses yang dipengaruhi berbagai faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah harga, kualitas produk, dan promosi. Harga menjadi salah satu bahan pertimbangan utama oleh pembeli untuk menentukan keuntungan dan nilai dari produk. Kualitas produk merupakan nilai yang diperoleh konsumen dari sebuah produk. Sedangkan promosi merupakan bentuk komunikasi antara perusahaan dan pembeli tentang suatu barang atau jasa. Kombinasi dari kualitas produk yang baik, harga yang bersaing, dan promosi yang tepat sasaran sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrument angket atau kuesioner. Objek penelitian ini adalah PT Catur Eka Jaya yang berlokasi di Batam. Responden yang dihitung dengan rumus slovin dan dipilih menggunakan *probability sampling* sebanyak 127 orang. Analisis pada penelitian menggunakan metode analisis regresi linear berganda, dengan hipotesis yang digunakan adalah uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen karena nilai uji t dan uji F lebih kecil daripada nilai signifikansi.

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

ABSTRACT

Companies should have competitiveness to encounter an increasingly fierce market. A good marketing strategy can increase purchases by consumers. The purchase decision itself is a process that is influenced by various factors. One of the influencing factors is price, product quality, and promotion. Price is one of the main considerations by buyers to determine the benefits and value of the product. Product quality is the value that consumers get from a product. While promotion is a form of communication between the company and the buyer about a products or services. The combination of good product quality, competitive prices, and targeted promotions greatly influences consumers in determining purchases. This study aims to analyze the effect of price, product quality, and promotion on consumer purchasing decisions. The method used in this study is a quantitative method with data collection techniques using questionnaires. The object of this research is PT Catur Eka Jaya which is located in Batam. Respondents who were calculated by the Slovin formula and selected using probability sampling were 127 people. The analysis in this study uses multiple linear regression analysis method, with the hypotheses used are t test and F test. The results show that price, product quality, and promotion have a significant and positive effect on consumer purchasing decisions because the value of t test and F test is smaller than significance value.

Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR


Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya sehingga penulis telah dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang merupakan salah satu dari persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam

Penulis juga menyadari bahwa di dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis akan senantiasa menerima kritik, saran dan usulan yang diberikan dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak lain. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. Sebagai Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian S.Kom., M.SI. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak David Humala Sitorus S.E., M.M. , selaku Pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Akademik Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan motivasinya
7. Saudara kandung yaitu Ganum.
8. Sahabat penulis terutama Noviana Ina Kii, Jeni Lezi Emrila, Valentoni, Ronie Julianto, Ali Chandra, dan juga teman yang lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat serta dukungan dalam penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan selalu melimpahkan hidayah serta Rahmat-Nya, Amin.

Batam, 26 Januari 2022



Aripin Mahdi
160910257



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.6.1. Manfaat Teoritis	6
1.6.2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Harga	9
2.1.3 Kualitas Produk	13
2.1.4 Promosi	16
2.1.5 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Sifat Penelitian	31
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	31
3.3.1 Lokasi Penelitian	31
3.3.2 Periode Penelitian	32
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.4.1 Populasi	32
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	33
3.4.3 Teknik Sampling	34
3.5 Sumber Data	34

	Halaman
3.6 Metode Pengumpulan Data	34
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
3.7.1 Variabel Independen	36
3.7.2 Variabel dependen	38
3.8 Metode Analisis Data	38
3.8.1 Analisis Deskriptif	39
3.8.2 Uji Kualitas Data	39
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	40
3.8.4 Uji Pengaruh	41
3.9 Uji Hipotesis	43
3.9.1 Uji t	43
3.9.2 Uji F	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1. Sejarah Objek Penelitian.....	45
4.1.2. Logo Objek Penelitian	45
4.1.3. Visi dan Misi Objek Penelitian.....	46
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	46
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	47
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Perwakilan.....	48
4.3. Deskripsi Jawaban Responden	48
4.3.1. Deskripsi Statistik Harga (X1).....	48
4.3.2. Deskripsi Statistik Kualitas Produk (X2)	49
4.3.3. Deskripsi Statistik Promosi (X3).....	49
4.3.4. Deskripsi Statistik Keputusan Pembelian (Y)	50
4.4. Analisis Data.....	51
4.4.1. Uji Kualitas Data	51
4.4.2. Uji Asumsi Klasik	53
4.4.3. Uji Pengaruh	55
4.5. Pengujian Hipotesis	58
4.5.1. Uji t	58
4.5.2. Uji F	59
4.6. Pembahasan	59
4.6.1. Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.6.2. Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.6.3. Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.7. Implikasi Hasil Penelitian.....	61

	Halaman
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Diagram Volume Penjualan PT Catur Eka Jaya bulan Desember – Mei 2021.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1 Logo PT Catur Eka Jaya	45
Gambar 4.2 Hasil uji normalitas P-P Plot	53
Gambar 4.3 Hasil uji heteroskedastisitas.....	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan PT Catur Eka Jaya bulan Desember – Mei 2021	1
Tabel 3.2 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	46
Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia	46
Tabel 4.3 Responden berdasarkan pekerjaan	47
Tabel 4.4 Responden berdasarkan pendapatan.....	47
Tabel 4.5 Responden berdasarkan perwakilan	48
Tabel 4.6 Deskripsi statistik harga (X1).....	48
Tabel 4.7 Deskripsi statistik kualitas produk (X2).....	49
Tabel 4.8 Deskripsi statistik promosi (X3)	50
Tabel 4.9 Deskripsi statistik keputusan pembelian (Y).....	50
Tabel 4.10 Hasil uji validitas harga (X1)	51
Tabel 4.11 Hasil uji validitas kualitas produk (X2)	51
Tabel 4.12 Hasil uji validitas promosi (X3)	52
Tabel 4.13 Hasil uji validitas keputusan pembelian (Y)	52
Tabel 4.14 Hasil uji realibilitas.....	53
Tabel 4.15 Hasil uji multikolinearitas	54
Tabel 4.16 Hasil uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.17 Hasil uji koefisien determinasi	57
Tabel 4.18 Hasil uji t	58
Tabel 4.19 Hasil uji F	59

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	33
Rumus 3.2 Persamaan regresi linear berganda	41