

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEPATU BASKET MEREK DIADORA**

SKRIPSI



Oleh:

Dian Pramita

150910396

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEPATU BASKET MEREK DIADORA**

SKRIPSI

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



Oleh:

Dian Pramita

150910396

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya :

Nama : Dian Pramita
NPM/NIP : 150910396
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

Analisa Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Basket Merek Diadora

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 15 Februari 2020

Yang membuat pernyataan,

Dian Pramita
150910396

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEPATU BASKET MEREK DIADORA**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Dian Pramita
150910396**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
yang tertera dibawah ini**

Batam, 15 Februari 2020

Dr. Suhardi, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Diadora merupakan salah satu produsen perlengkapan atletik. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi untuk meningkatkan harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada sepatu basket merek Diadora. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dan sampel sebanyak 109 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non probability sampling dari rumus Slovin untuk 109 responden. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil dengan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($-0,577 < 1,982$) dan nilai signifikan $0,565 > 0,05$. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, berdasarkan hasil t dengan nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,191 > 1,982$) dan nilai signifikan $0,031 < 0,05$. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil dengan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($5,491 > 1,982$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Harga, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, berdasarkan hasil pengujian nilai $f \text{ hitung}$ $67,990 > 3,08$ ($F \text{ tabel}$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa harga, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

Diadora is a manufacturer of athletic equipment. This study aims to identify to increase prices, promotions and product quality on purchasing decisions on Diadora brand basketball shoes in Batam City. This research method uses quantitative descriptive. The population in this study were 150 respondents and the sample was 109 respondents. The sampling technique used in this study is non probability sampling from the Slovin formula for 109 respondents. The results of this study stated that. Price has no positive and significant effect on purchasing decisions based on results with t count $< t$ table ($-0.577 < 1.982$) and a significant value of $0.565 < 0.05$. the Promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions, based on the results of t with t count $> t$ table ($2.191 > 1.982$) and a significant value of $0.031 < 0.05$. Product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions based on results with t count $> t$ table ($5.491 > 1.982$) and a significant value of $0.000 < 0.05$. Price, promotion and product quality simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions, based on the results of testing the calculated F value $67.990 > 3.08$ (F table) and the significance value $0.000 < 0.05$. It can be concluded that price, promotion and product quality simultaneously have a positive effect on purchasing decisions.

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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
4. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam yang dengan tulus hati telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, petunjuk, perhatian dan pengarahan yang sangat berharga bagi penulis dalam rangka penulisan skripsi ini.
5. Dosen dan staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama kuliah di Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta yang telah selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan terutama mahasiswa jurusan manajemen bisnis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama masa perkuliahan serta dalam masa penyusunan skripsi ini.
8. Para responden atas partisipasi dan dukungannya.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 15 Februari 2020

Dian Pramita
150910396

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang Penelitian	2
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Harga	13
2.1.3 Promosi	15
2.1.4 Kualitas Produk	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Objek Penelitian	24
3.3 Operasional Variabel	25
3.3.1 Variable Bebas (Independent Variable)	25
3.3.2 Variabel Terikat (Dependent)	25
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel Penelitian	27
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan data	28
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.2 Jenis-jenis Pengumpulan Data	29
3.5.3 Alat Pengumpulan Data	29
3.6 Metode Analisis Data	30
3.6.1 Analisis Deskriptif	30
3.6.2 Uji Kualitas Data	31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.6.4 Uji Pengaruh	34
3.6.5 Uji Hipotesis	35
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian	37
3.7.1 Lokasi Penelitian	37

3.7.2	Jadwal Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Profil Responden	38
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Kelas	39
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Sekolah	40
4.2	Hasil Penelitian.....	41
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	41
4.2.1.1	Analisis deskriptif Variabel Harga.....	42
4.2.1.2	Analisis deskriptif Variabel Promosi.....	43
4.2.1.3	Analisis deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	43
4.2.1.4	Analisis deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	44
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data.....	45
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.4	Uji Pengaruh.....	52
4.2.5	Uji Hipotesis.....	55
4.3	Pembahasan	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 Output Uji Normalitas Data.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel hasil penjualan sport station berdasarkan merek.....	3
Tabel 1.2 Daftar harga sport station berdasarkan merek	4
Tabel 1.3 Tabel Jenis Promosi Diadora Periode Juli-September 2018	5
Tabel 1.4 Tabel Jenis Promosi Nike Periode Juli-September 2018	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2 Tabel penggunaan sepatu basket di kalangan SMA	27
Tabel 3.3 Skala Likert	30
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	37
Tabel 4.1 Distribusi Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Distribusi Tabel Responden Berdasarkan Kelas	39
Tabel 4.3 Distribusi Tabel Responden Berdasarkan Sekolah	40
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskriptif	41
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Harga	42
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Promosi	43
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk	44
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.9 Uji Validitas Data X_1 (Harga)	46
Tabel 4.10 Uji Validitas Data X_2 (Promosi).....	47
Tabel 4.11 Uji Validitas Data X_3 (Kualitas Produk)	47
Tabel 4.12 Uji Validitas Data Y (Keputusan Pembelian)	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.19 Hasil Uji T	55
Tabel 4.20 Hasil Uji F	56

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin.....	27
Rumus 3.2 <i>Bivariate Pearson</i>	31
Rumus 3.3 Reliabilitas Metode Alpha	32
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	34
Rumus 3.5 Analisis Determinasi.....	35
Rumus 3.6 Uji T	36
Rumus 3.7 Uji F	36