

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
REFILL PERFUME SALSA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Siti Nurlela  
150910449**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
REFILL PERFUME SALSA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**Siti nurlela  
150910449**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini saya

Nama : Siti Nurlela  
NPM : 150910449  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

### **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Refill Perfume Salsa Di Kota Batam.**

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, 22 Januari 2021



**Siti Nurlela**

**150910449**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
REFILL PERFUME SALSA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Siti Nurlela  
150910449**

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

**Batam, 22 Januari 2021**



**Nanda Harry Mardika, S.Pd.,M.M  
Pembimbing**

## **ABSTRAK**

Kualitas produk, harga dan promosi yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk ini. PT. Atp dzafirah jaya makmur adalah salah satu penyedia parfum isi ulang di Batam. Produk dengan kualitas terbaik, harga yang sesuai dan promosi yang terus dilakukan oleh parfum salsa sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian isi ulang parfum salsa di Kota Batam. Namun belakangan ini masih ada konsumen yang merasa tidak yakin dengan produk tersebut, tetapi ada juga yang sudah mulai memahaminya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian isi ulang parfum salsa di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda i. Jumlah sampel adalah 100 responden dengan menggunakan teknik random sampling Probability sampling Simultan. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar  $0,001 < 0,05$ , harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian  $0,020 < 0,05$  dan promosi berpengaruh signifikan  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci: Kualitas produk, Harga, Promosi dan Pembelian Keputusan**

## **ABSTRACT**

*The quality of products, prices and promotions provided by the company are in accordance with the desires of consumers in deciding to purchase these products. PT.atp dzafirah jaya makmur is one of the perfume refill providers in Batam, The best quality products, suitable prices and promotions that continue to be carried out by salsa perfume in accordance with what consumers need can influence purchasing decisions on salsa perfume refill in Batam City. But lately there are still consumers who feel unsure of the product, but there are also some who have begun to understand it. This study aims to determine the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions on salsa perfume refill in Batam City. This study uses multiple linear regression analysis. The number of samples was 100 respondents using a random sampling technique Probability sampling Simultaneous.of these results it can be seen that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions of  $0.001 < 0.05$ , prices have a significant and positive effect on purchasing decisions of  $0.020 < 0.05$  and promotions have a significant effect of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Quality of product, Price, Promotion And Decision Purchasing.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan pada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan bagian persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati dan sukarela. Dengan segala keterbatasan, peneliti sadar skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari segala pihak. Untuk itu, kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Dr.Hendri Herman., S.E., M.Si.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Nanda Harry Mardika S.pd., M.M., selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Chief Marketing officer Salsa perfume.
7. Bapak, Ibu dan adik yang selalu memberi dukungan.

8. Sahabat-sahabat saya Nurul, Nanda dan Cristi serta semua team Manajemen angkatan tahun 2015
9. Semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat Nya, Amin.

Batam, 22 Januari 2021

**Siti Nurlela**



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB 1</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat teoritis.....	9
1.6.2. Manfaat praktis.....	9
<b>BAB II</b> .....	11
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	11
2.1 Teori dasar .....	11
2.1.1 Kualitas produk .....	11
2.1.1.1 Pengertian kualitas produk .....	11

2.1.1.2	Penentu Kualitas Produk .....	12
2.1.1.3	Biaya Kualitas Produk.....	13
2.1.1.4	Indikator-indikator kualitas produk.....	14
2.1.2	Harga .....	15
2.1.2.1	Pengertian harga .....	15
2.1.2.2	faktor-faktor yang menentukan harga jual suatu produk yaitu:.....	16
2.1.2.3	Indikator harga .....	18
2.1.3	Promosi.....	18
2.1.3.1	Pengertian Promosi.....	18
2.1.3.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi.....	19
2.1.3.3	Tujuan promosi.....	21
2.1.3.4	Indikator promosi .....	22
2.1.4	Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	24
2.1.4.3	Indikator keputusan pembelian .....	28
2.2	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3	Kerangka pemikiran .....	33
2.4	Hipotesis penelitian .....	33
<b>BAB III.....</b>		<b>35</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
3.1	Desain Penelitian .....	35
3.2	Operasional Variabel .....	35
3.2.1	Variabel Independen.....	36
3.2.1.1	Kualitas Produk (X1).....	36
3.2.1.2	Harga (X2).....	37
3.2.1.3	Promosi X3 .....	37
3.2.2	Variabel Dependen .....	38
3.2.2.1	Keputusan Pembelian (Y) .....	39
3.2.3	Populasi Penelitian .....	41

3.2.4	Sample Penelitian .....	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.3.1	Data primer .....	44
3.3.2	Data Sekunder .....	45
3.4.3.	Alat pengumpulan data.....	45
3.5	Metode Analisis Data .....	46
3.5.2.1	Uji Validitas .....	47
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	48
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik .....	49
3.5.2.4	Uji Normalitas .....	49
3.5.2.5	Uji Multikolinieritas .....	50
3.5.2.6	Uji Heteroskedastisitas .....	50
3.5.3	Uji Pengaruh.....	51
3.5.3.1	Uji Regresi Linier Berganda.....	51
3.5.3.2	Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	52
3.5.4	Uji Hipotesis.....	53
3.5.4.1	Uji T (Uji Parsial).....	54
3.5.4.2	Uji F (Uji Simultan) .....	54
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	55
3.6.1	Lokasi Penelitian .....	55
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	55
<b>BAB IV</b>	.....	<b>56</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>56</b>
4.1	Profil Responden .....	56
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan usia.....	57
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	57
4.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	58
4.2	Hasil Penelitian.....	59
4.2.1	Hasil Uji Analisis Deskriptif .....	59

4.2.1.1 Variabel Kualitas Produk (X1) .....	61
4.2.1.2 Variabel Harga (X2) .....	63
4.2.1.3 Variabel Promosi (X3).....	64
4.2.1.3 Variabel Keputusan pembelian (Y).....	66
4.2.2 Uji kualitas instrument .....	67
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas .....	67
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	70
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Kllasik.....	71
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	71
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	74
4.2.3.3 Uji Heterokedakedastisitas .....	75
4.2.4 Hasil Uji Pengaruh .....	76
4.2.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	76
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis .....	78
4.2.5.1 Hasil Uji T .....	78
4.2.5.2 Hasil Uji F .....	79
4.2.5.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80
4.3 Pembahasan .....	81
<b>BAB V</b> .....	<b>84</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>84</b>
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1. 1</b> Perbandingan Harga Salsa perfume dan produk pesaingnya; .....	4
<b>Tabel 1. 2</b> Data penjualan Tahun 2019.....	5
<b>Tabel 3. 1</b> Variabel penelitian dan Definisi operasional .....	39
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Likert .....	46
<b>Tabel 3. 3</b> Range Validitas .....	48
<b>Tabel 3. 4</b> Indeks Koefisien Reliabilitas .....	49
<b>Tabel 3. 5</b> Jadwal Penelitian.....	55
<b>Tabel 4. 1</b> Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
<b>Tabel 4. 2</b> Data Responden Berdasarkan Usia .....	57
<b>Tabel 4. 3</b> Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
<b>Tabel 4. 4</b> Data Responden Berdasarkan Pendapatan .....	58
<b>Tabel 4. 5</b> Analisis Deskriptif.....	60
<b>Tabel 4. 6</b> Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	61
<b>Tabel 4. 7</b> Analisis Deskriptif Harga.....	63
<b>Tabel 4. 8</b> Analisis Deskriptif Promosi .....	64
<b>Tabel 4. 9</b> Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	66
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	68
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Validitas Harga .....	69
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	69
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian. (Y) .....	70
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	71
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil uji kolmogrov smirnov.....	74
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji Heterokedastisitas .....	76
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji T.....	78
<b>Tabel 4. 20</b> Hasil Uji F .....	79
<b>Tabel 4. 21</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3. 1</b> unknown.....	43
<b>Rumus 3. 2</b> Persamaan Regresi Linier Berganda.....	51
<b>Rumus 3. 3</b> Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka pemikiran.....	33
<b>Gambar 4. 1</b> Hasil Uji Normalitas – Histogram Regression Residual .....	72
<b>Gambar 4. 2</b> Hasil Uji Normalitas – Normal P-P pot Regression Standardized .....	73