

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* EMINA
(STUDI KASUS TOKO CLARISSA GRESIK)**



Diajukan oleh:

AISATUN NIKMAH

NIM: 2019020043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2023

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* EMINA
(STUDI KASUS TOKO CLARISSA GRESIK)**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Gresik



Diajukan oleh:

AISATUN NIKMAH

NIM: 2019020043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2023

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama	: Aisatun Nikmah
NIM	: 2019020043
Fakultas	: Ekonomi
Program	: S-1
Program Studi	: Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul:

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* EMINA
(STUDI KASUS TOKO CLARISSA GRESIK)

Dengan ini saya menyatakan dengan tegas bahwa naskah skripsi ini tidak memuat karya ilmiah yang diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana, atau karya atau pendapat yang ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dikutip secara tertulis dalam naskah ini dan dirujuk dalam literatur dan daftar bacaan.

Apabila dalam skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya terima akan **DIBATALKAN** serta memprosesnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sadar dan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, 10 Juli 2023



(Aisatun Nikmah)
NIM. 2019020043

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* EMINA
(STUDI KASUS TOKO CLARISSA GRESIK)**

SKRIPSI

Diajukan oleh :

AISATUN NIKMAH

NIM: 2019020043

Skripsi telah disetujui untuk diujikan Pada

Tanggal : 12 Juni 2023

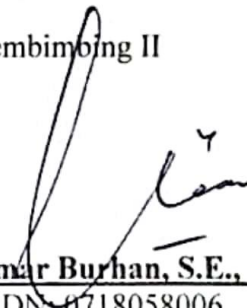
Oleh:

Pembimbing I



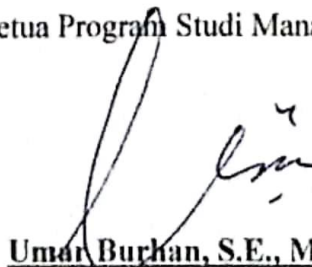
Dr. Suharto, M.M.
NIDN: 8907170023

Pembimbing II



Umar Burhan, S.E., M.M.
NIDN: 0718058006

Ketua Program Studi Manajemen



Umar Burhan, S.E., M.M.
NIDN: 0718058006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* EMINA
(STUDI KASUS TOKO CLARISSA GRESIK)**

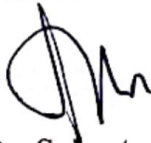
SKRIPSI

AISATUN NIKMAH

NIM : 2019020043

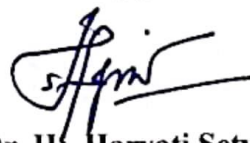
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan telah direvisi sebagaimana disarankan
oleh Tim Penguji
Pada Tanggal: 10 Juli 2023

Dosen Pembimbing I



Dr. Suharto, M.M.
NIDN: 8907170023

Ketua Penguji



Dr. Hj. Haryati Setyorini, S.E., M.M., M.B.A.
NIDN: 0716066901

Anggota Penguji



Tri Veny Putri, S.M., M.SM.
NIDN: 0717019801

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hj. Haryati Setyorini, S.E., M.M., M.B.A.
NIDN: 0716066901

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* EMINA (STUDI KASUS TOKO CLARISSA GRESIK)

Aisatun Nikmah

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini berisi tentang keputusan pembelian berdasarkan harga, promosi dan kualitas produk *skincare* Emina di Toko Clarissa Gresik. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Emina di Toko Clarissa Gresik. Rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini apakah harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Emina di Toko Clarissa Gresik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Emina di Toko Clarissa Gresik secara parsial dan simultan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk *skincare* Emina di Toko Clarissa Gresik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 199 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan metode *incidental sampling*, adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *skincare* emina di toko clarissa Gresik, hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} (2,823) > t_{tabel} (1,652)$. Variabel promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} (4,141) > t_{tabel} (1,652)$. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} (6,515) > t_{tabel} (1,652)$. Variabel harga, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *skincare* emina di toko clarissa Gresik, hal ini dibuktikan dari nilai $F_{hitung} (4,692) > F_{tabel} (2,65)$ dan tingkat signifikan $t 0,003$ lebih kecil dari $\alpha 0,005$.

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

THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF EMINA SKINCARE PRODUCTS (CASE STUDY OF CLARISSA GRESIK STORE)

Aisatun Nikmah

Management Study Program, Faculty of Economics, Management Study Program

ABSTRACT

This research contains purchasing decisions based on price, promotion and quality of Emina skincare products at Clarissa Gresik Stores. This study also aims to analyze the most dominant factors influencing the purchase decision of Emina skincare products at Clarissa Gresik Stores. The formulation of the problem in this study is whether price, promotion and product quality have a partial and simultaneous effect on the purchase decision of Emina skincare products at the Clarissa Gresik Stores. The purpose of this study is to determine the effect of price, promotion and product quality on the purchase decision of Emina skincare products at Clarissa Gresik Stores partially and simultaneously. The population used in this study was consumers who purchased Emina skincare products at Clarissa Gresik Stores. The sample used in this study was 199 respondents. The sampling method is carried out by the nonprobability sampling method with the incidental sampling method, is a sampling technique based on chance. The data collection methods used in this study were observation, interviews and questionnaires. The analytical methods used in this study are instrument tests (validity tests and reliability tests), classical assumption tests, multiple regression analysis, hypothesis testing and coefficients of determination using SPSS. The results of this study are known that price variables partially have a positive effect on the decision to purchase emina skincare products at the Clarissa Gresik store, this is evidenced by the value of $t_{count} (2,823) > t_{table} (1,652)$. Promotion variables partially have a positive effect on purchasing decisions, this is evidenced by the value of $t_{count} (4.141) > t_{table} (1.652)$. Product quality variables partially have a positive effect on purchasing decisions, this is evidenced by the value of $t_{count} (6.515) > t_{table} (1.652)$. The variables of price, promotion and product quality simultaneously affect the purchase decision of emina skincare products at the clarissa Gresik store, this is evidenced by the value of $F_{count} (4.692) > F_{tabel} (2.65)$ and the significant level $t 0.003$ smaller than $\alpha 0.005$.

Keywords : Price, Promotion, Product Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim..

Alhamdulillah, Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas ridhonya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah **“PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* EMINA (STUDI KASUS TOKO CLARISSA GRESIK)”**

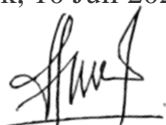
Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Gresik. Tidak dapat dipungkiri bahwa untuk menyelesaikan tugas akhir ini butuh usaha yang keras. Akan tetapi, karya ini tidak akan selesai dan lengkap tanpa jasa orang-orang tercinta dan terkasih di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya tujukan kepada:

1. Ibu Dr. Riski Dwi Prameswari, M. Kes. selaku Rektor di Universitas Gresik.
2. Ibu Dr. Hj. Haryati Setyorini, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik dan juga selaku Dosen Pembimbing II di Universitas Gresik, yang telah memberikan inspirasi dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar.
4. Bapak Dr. Suharto, M.M. selaku Dosen Pembimbing I di Universitas Gresik yang telah memberikan dorongan, dukungan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

5. Bapak dan Ibu sekaligus Dosen lainnya di Universitas Gresik yang telah memberikan dukungan, saran dan masukan atas proses penyusunan skripsi ini.
6. Pihak Toko Clarissa Gresik yang telah memberikan kesempatan untuk dapat melakukan penelitian disana.
7. Ibu, Alm. Ayah, serta kakak-kakak dan kakak-kakak ipar saya yang telah memberikan do'a, finansial, semangat dan dorongannya atas perjalanan kuliah saya hingga terselesaikan skripsi ini.
8. M. Arif Maulana yang telah memberikan dukungan, semangat, pengertian dan finansial, serta do'a dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Avy, Zahir, Puput, Mia, Indri, Dian, Zain serta rekan-rekan seperjuangan di Universitas Gresik yang telah turut memberikan semangat dan kerjasama yang baik selama perkuliahan hingga proses skripsi.
10. Diri saya sendiri yang sudah sabar, bertahan, berusaha dan bekerja keras untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Semoga Allah SWT melimpahkan segala kebaikan dan pertolongan kepada semua yang terlibat. dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini sama sekali tidak sempurna karena keterbatasan pengetahuan saya. Oleh karena itu, dengan rendah hati saya mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak yang terlibat dalam penyusunan laporan penelitian ini.

Gresik, 10 Juli 2023


Aisatun Nikmah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN SAMPUL DALAM	
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Secara Teoritis	8
1.5.2 Secara Praktis	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Harga	12
2.1.3 Promosi	15

2.1.4 Kualitas Produk	18
2.1.5 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	27
2.4 Hipotesis.....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	31
3.2 Operasional Variabel.....	31
3.2.1 Variabel <i>Independent</i> (X)	32
3.2.2 Variabel <i>Dependent</i> (Y)	33
3.3 Indikator Variabel Penelitian	33
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4.1 Populasi	35
3.4.2 Sampel	35
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.5 Metode Pengumpulan Data	37
3.5.1 Data Primer	37
3.5.2 Data Sekunder	39
3.6 Metode Analisis Data.....	39
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.6.3 Analisis Korelasi	42
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	43
3.6.5 Analisa Regresi Linier Berganda.....	46
3.6.6 Uji Hipotesis	47
3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)	51
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.2 Waktu Penelitian	52
4.3 Hasil Penelitian	53
4.3.1 Statistik Deskripif.....	53
4.3.2 Karakteristik Variabel Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden.....	56
4.3.3 Uji Validitas.....	67
4.3.4 Uji Reliabilitas.....	69
4.3.5 Analisis Korelasi	70
4.3.6 Uji Asumsi Klasik	71
4.3.7 Analisa Regresi Linier Berganda.....	78
4.3.8 Uji Hipotesis	80
4.3.9 Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.4 Pembahasan dan Hasil Penelitian	86
BAB 5 PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu	24
3.1	Indikator Variabel Penelitian	33
3.2	Data pelanggan produk <i>skincare</i> Emina di Toko Clarissa Gresik periode Oktober-Desember 2022.....	35
3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	42
3.4	Tabel Autokorelasi.....	44
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	53
4.2	Karakteristik responden berdasarkan umur	54
4.3	Karakteristik responden berdasarkan berapa kali membeli produk <i>skincare</i> Emina di Toko Clarissa Gresik.....	55
4.4	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator keterjangkauan harga	56
4.5	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk	57
4.6	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator kesesuaian harga dengan manfaat	57
4.7	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	58
4.8	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator frekuensi promosi	59
4.9	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator kualitas promosi	59
4.10	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator kuantitas promosi	60
4.11	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator waktu promosi.....	60
4.12	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi	61
4.13	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator keawetan	62
4.14	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator keandalan	62
4.15	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator kesesuaian produk.....	63
4.16	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator kemudahan digunakan dan diperbaiki.....	63

4.17	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator pencarian sebuah informasi	64
4.18	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator evaluasi terhadap alternatif	65
4.19	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator melakukan keputusan pembelian.....	65
4.20	Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator perilaku pasca pembelian.....	66
4.21	Hasil uji validitas indikator harga.....	67
4.22	Hasil uji validitas indikator promosi.....	68
4.23	Hasil uji validitas indikator kualitas produk.....	68
4.24	Hasil uji validitas indikator keputusan pembelian.....	68
4.25	Hasil uji reliabilitas	69
4.26	Analisis korelasi.....	70
4.27	Hasil uji normalitas	71
4.28	Hasil uji autokorelasi	74
4.29	Hasil uji heteroskedastisitas	75
4.30	Hasil uji multikolinieritas	76
4.31	Hasil uji linieritas harga terhadap keputusan pembelian	77
4.32	Hasil uji linieritas promosi terhadap keputusan pembelian.....	77
4.33	Hasil uji linieritas kualitas produk terhadap keputusan pembelian	78
4.34	Analisa regresi linier berganda	78
4.35	Koefisien determinasi	80
4.36	Uji t.....	82
4.37	Uji F.....	85

DAFTAR GAMBAR

1.1	10 <i>brand skincare</i> terlaris di <i>e-commerce</i>	5
2.1	Kerangka Konseptual.....	28
3.1	Kurva uji t.....	49
3.2	Kurva uji F.....	51
4.1	Diagram komposisi konsumen berdasarkan jenis kelamin	53
4.2	Diagram komposisi konsumen berdasarkan umur	54
4.3	Diagram komposisi konsumen berdasarkan berapa kali membeli produk <i>skincare</i> emina di toko clarissa Gresik.....	55
4.4	Grafik histogram	72
4.5	Grafik normal probability pot	73
4.6	Kurva daerah penerimaan dan penolakan H_0 uji t variabel harga.....	83
4.7	Kurva daerah penerimaan dan penolakan H_0 uji t variabel promosi.....	83
4.8	Kurva daerah penerimaan dan penolakan H_0 uji t variabel kualitas produk	84
4.9	Kurva daerah penerimaan dan penolakan Hipotesis uji F.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: Data Responden
Lampiran 3	: Tabulasi Data
Lampiran 4	: Hasil SPSS
Lampiran 5	: Tabel Durbin-Watson
Lampiran 6	: Tabel t
Lampiran 7	: Tabel r
Lampiran 8	: Tabel F
Lampiran 9	: Surat Permohonan Ijin Penelitian
Lampiran 10	: Surat Balasan Permohonan Perijinan Penelitian
Lampiran 11	: Kartu Bimbingan
Lampiran 12	: Berita Acara Bimbingan