

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
TOKO GAYAA PLAFON PVC DI KABUPATEN LAMONGAN**



Diajukan oleh:

DEVIND AGNANTA FAHREZI

NIM: 2022020033

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2026

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
TOKO GAYAA PLAFON PVC DI KABUPATEN LAMONGAN**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Gresik



Diajukan oleh:

DEVIND AGNANTA FAHREZI
NIM: 2022020033

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO GAYAA PLAFON PVC DI KABUPATEN LAMONGAN

SKRIPSI

Diajukan oleh:

DEVIND AGNANTA FAHREZI

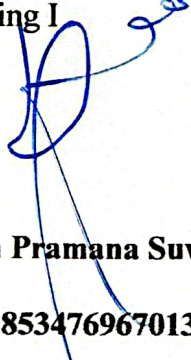
NIM: 2022020033

Skripsi telah disetujui untuk diujikan

Pada Tanggal: 30 Juni 2026

Oleh:

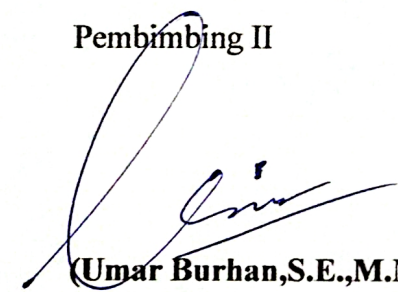
Pembimbing I



(Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP)

NUPTK. 8534769670130492

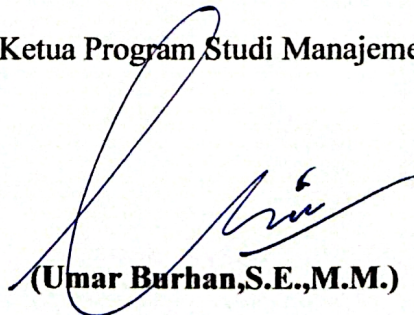
Pembimbing II



(Umar Burhan, S.E., M.M.)

NUPTK. 6850758659130132

Ketua Program Studi Manajemen



(Umar Burhan, S.E., M.M.)

NUPTK. 6850758659130132

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Gayaa Plafon PVC di Kabupaten Lamongan

Nama Mahasiswa : Devind Agnanta Fahrezi

NIM : 2022020033

Telah dipertahankan/diuji dihadapan Tim Penguji

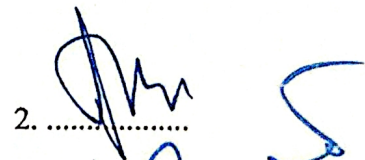
Pada Tanggal : 30 Juni 2026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK
TAHUN AKADEMIK 2025/2026
TIM PENGUJI:

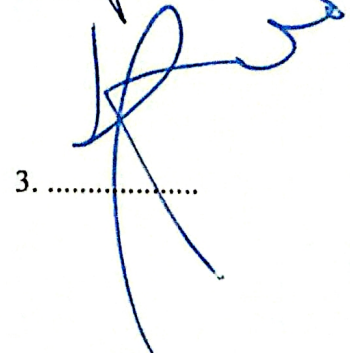
1. Mochamad Syafii, S.E., M.M
NUPTK: 7461761662130152
Ketua

1. 

2. Dr. Suharto, M.M
NUPTK: 1254736637130043
Anggota I

2. 

3. Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP
NUPTK: 8534769670130492
Anggota II

3. 

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM.HC
NUPTK: 2055770671130303

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Devind Agnanta Fahrezi

NIM : 2022020033

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Strata 1 (S-1)

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Gayaa Plafon PVC di
Kabupaten Lamongan

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Gresik, 30 Juni 2026

Yang Menyatakan


(Devind Agnanta Fahrezi)

2022020033

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO
GAYAA PLAFON PVC DI KABUPATEN LAMONGAN**

Devind Agnanta Fahrezi

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Gayaa Plafon di Kabupaten Lamongan. Persaingan usaha di bidang bahan bangunan yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha untuk mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar dapat menarik dan mempertahankan konsumen. Promosi yang tepat, penetapan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen, serta kualitas produk yang baik merupakan faktor-faktor yang diduga mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Toko Gayaa Plafon di Kabupaten Lamongan sebanyak 158 konsumen, dengan sampel sebanyak 113 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F dengan bantuan program IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa kesesuaian harga dengan manfaat produk menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu, kualitas produk terbukti berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Secara simultan, promosi, harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Gayaa Plafon di Kabupaten Lamongan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas produk, serta menetapkan kebijakan harga yang kompetitif guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan daya saing usaha.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Toko Gayaa Plafon.

**THE EFFECT OF PROMOTION, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT THE GAYAA PVC CEILING
STORE IN LAMONGAN REGENCY**

Devind Agnanta Fahrezi

Management Study Program, Faculty of Economics, University of Gresik

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion, price, and product quality on consumer purchasing decisions at the Gayaa Plafon store in Lamongan Regency. The increasingly competitive nature of the building materials business requires business operators to implement effective marketing strategies to attract and retain consumers. Appropriate promotion, pricing aligned with consumer purchasing power, and good product quality are factors hypothesized to enhance consumer purchasing decisions. Therefore, this study was conducted to determine the influence of each variable both individually and simultaneously on purchasing decisions. This study employs a quantitative approach with a descriptive research design. The study population consists of all 158 consumers of the Gayaa Plafon store in Lamongan Regency, with a sample of 113 respondents determined using Slovin's formula. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a Likert scale. Data analysis techniques included descriptive statistical analysis, validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, the coefficient of determination (R^2) test, the t-test, and the F-test, utilizing the IBM SPSS software. The results indicate that promotion has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions. Price

also has a positive and significant influence on purchasing decisions, demonstrating that the alignment of price with product benefits is a crucial consideration for consumers when making a purchase. Furthermore, product quality was proven to have a positive and significant influence on purchasing decisions; thus, the higher the quality of the product offered, the greater the consumer's inclination to make a purchase. Simultaneously, promotion, price, and product quality exert a positive and significant influence on consumer purchasing decisions at the Gayaa Plafon store in Lamongan Regency. The findings of this study are expected to serve as a basis for the company to formulate more effective marketing strategies, improve product quality, and establish competitive pricing policies to boost consumer purchasing decisions and business competitiveness.

Keywords: *Promotion, Price, Product Quality, Purchasing Decision, Gayaa Plafon Store.*

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya yang tak terhingga, yang telah memungkinkan penyelesaian penyusunan skripsi ini dengan mengangkat judul **“Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Gayaa Plafon di Kabupaten Lamongan”** dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa peran serta dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP. selaku dosen pembimbing sekaligus Rektor Universitas Gresik beserta seluruh jajaran pimpinan universitas yang telah menyediakan fasilitas kepada kami untuk mengikuti pendidikan di Program Studi S1 Manajemen.
2. Bapak Rachmad Ilham, S.Ant, M.PSDM, HC. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, S.E., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada kami untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

4. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staf TU Fakultas Ekonomi yang telah membantu saya dalam memberikan segala informasi perkuliahan dan administrasi di Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
5. Pihak pemilik beserta jajaran Toko Gayaa Plafon Kabupaten Lamongan yang telah memberikan persetujuan serta menyediakan data dan informasi esensial untuk mendukung pelaksanaan penelitian ini.
6. Kedua orang tua, anggota keluarga, serta rekan-rekan yang senantiasa melimpahkan doa, motivasi, dan dukungan berkelanjutan kepada penulis.
7. Semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Kami menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi kami berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan bagi Ekonomi.

Gresik, 18 Juni 2026

Hormat Penulis,

Devind Agnanta Fahrezi

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.3 Indikator Variabel Penelitian.....	30
3.4 Populasi Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.5 Metode Pengumpulan Data	34
3.6 Metode Analisis Data	37

BAB IV PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	46
4.1 Waktu Penelitian	47
4.2 Hasil Penelitian.....	47
b. Uji Heteroskedastisitas.....	60
c. Uji Multikolinieritas.....	62
d. Uji Autokorelasi	63
4.3 Uji Hipotesis.....	68
4.4 Analisi Korelasi	74
4.5 Uji Koefisien	77
4.6 Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Keterbatasan Penelitian	85
5.3 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1. 1 Data Perumahan Kabupaten Lamongan 2025.....	3
Tabel 1. 2 Daftar Harga Plafon PVC Pada Toko Gayaa Plafon Di Kabupaten Lamongan.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 indikator Variabel	30
Tabel 3. 2 Jumlah Data Konsumen 5 Bulan Terakhir Toko Gayaa Plafon.....	31
Tabel 3. 3 Dasar Interpretasi Skor Rata-rata.....	38
Tabel 3. 4 Klasifikasi Nilai Durbin-Watson	42
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan pekerjaan	48
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif	50
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Promosi	51
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Harga.....	52
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas.....	55
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 12 Klasifikasi Nilai Durbin-Watson	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Durbin-Watson	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas variabel Promosi.....	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linearitas Variabel Harga.....	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Variabel Kualitas Produk	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	67
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	73
Tabel 4. 20 Hasil Uji Analisis Korelasi	76
Tabel 4. 21 Hasil Uji Determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan pekerjaan.....	49
Gambar 4. 3 Grafik Hinstogram.....	59
Gambar 4. 4 Grafik Normal Probability Plot	60
Gambar 4. 5 Pengujian Heteroskedastisitas	61
Gambar 4. 6 Garis Bilangan Durbin-Watson	64
Gambar 4. 7 Kurva Uji t Variabel Promosi	71
Gambar 4. 8 Kurva Uji t Variabel Harga	71
Gambar 4. 9 Kurva Uji t Variabel Kualitas Produk	72
Gambar 4. 10 Kurva Uji F	74