



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK
YONGKI KOMALADI MENS
(Studi Kasus Pada Matahari Mall Ciputra Cibubur)**

SKRIPSI

NUR ADITYA MAULANA

1410111180

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018**



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK
YONGKI KOMALADI
(Studi Kasus Pada Matahari Mall Ciputra Cibubur)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

NUR ADITYA MAULANA

1410111180

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : NUR ADITYA MAULANA

NIM : 1410111180

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 7 Januari 2019

Yang menyatakan

(Nur Aditya)



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Aditya Maulana
NIM : 1410111180
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PRIA MEREK
YONGKI KOMALASDI (STUDI KASUS PADA MATAHARI MALL
CIPUTRA CUBUBUR)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 7 Januari 2019


(Nur Aditya Maulana)



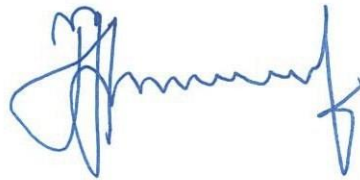
SKRIPSI

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian sepatu Merek Yongki Komaladi Mens (Studi Kasus Pada Matahari Mall Ciputra Cibubur)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Nur Aditya Maulana 1410111180

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 07 Januari 2019 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Drs. Pandapotan Simarmata, MM
Ketua Penguji



Dwi Siti Tjiptaningsih, S.E., M.M.
Penguji I



Dr. Miguna Astuti, S.Si, M.M.
Penguji II (Pembimbing I)



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 7 Januari 2019

**THE EFFECT OF PRICES, QUALITY OF PRODUCTS AND
PROMOTIONS ON THE DECISION OF PURCHASING BRAND SHOES
YONGKI KOMALADI MENS**

By Nur Aditya Maulana

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the effect of Price, Product Quality and Promotion. The population in this study were consumers of the mall sun Ciputra Cububur who had bought mens shoes. The sample size was taken as many as 100 respondents, with non probability sampling method, especially incidental sampling. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis. The results of this study indicate that (1) Price has no significant effect on Purchasing Decisions. (2) Product Quality has no significant effect on Purchasing Decisions (3) Promotion has no significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Purchase Decision, Price, Product Quality and Promotion

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK YONGKI
KOMALADI MENS**

Oleh Nur Aditya Maulan

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen matahari mall ciputra cibubur yang telah membeli sepatu sepatu yongki komaladi mens. Ukuran sampel diambil sebanyak 100 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *insidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (3) Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR (PKL)
MANAJEMEN S.1
SEMESTER GASAL TA. 2018/2019**

Hari ini Senin , tanggal 07 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Tugas Akhir bagi mahasiswa :

Nama : NUR ADITYA MAULANA

No.Pokok Mahasiswa : 1410111180

Program : Manajemen S.1

Dengan judul tugas akhir sebagai berikut :

Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Yongki Komalani Mens (Studi Kasus Pada Matahari Mall Ciputra Cibubur)
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Pandapotan Simarmata, MM	Ketua	1.
2	Dwi Siti Tjiptaningsih, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan Desember 2018 dengan Judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK YONGKI KOMALADI”**

Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ka. ProgdI S1. Kemudian Ibu Dr. Miguna Astuti. Si, MM dan Yuliniar, SE, M.M selaku pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat, serta ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh Dosen, Staff Admin Fakultas Ekonomidan Bisnis yang telah memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian berjalan.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Dedi Sudiana dan Ibu Haesi Miliana selaku kedua orangtua serta seluruh keluarga yang tiada hentinya memberikan peneliti semangat dan selalu mendoakan yang terbaik, agar skripsi ini berhasil diselesaikan. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada Safitri Rahmawati, Veri Andriano, Kacuy Suryadi, Nurul Farida, dan Rekan RPC, serta seluruh teman-teman S1 Manajemen 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini

Jakarta, 28 Desember 2018

Nur Aditya Maulana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Produk dan Promosi.....	6
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 Harga.....	12
2.1.3 Kualitas Produk.....	17
2.1.4 Promosi	20
2.1.5 Harga dan Keputusan Pembelian	24
2.1.6 Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....	24
2.1.7 Promosi dan Keputusan pembelian.....	24
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
2.3 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Definisi operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.1.1 Definisi Operasional	26
3.1.2 Pengukuran Varibel	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Sampel.....	29
3.2.2.1 Teknik Pemilihan Sampel	29
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Jenis Data	30
3.3.2 Sumber Data.....	30
3.3.3 Pengumpulan Data	30
3.4 Teknik Analisis Data.....	32
3.4.1 Analisis Deskriptif	32

3.4.2	Analisis Inferensial	33
3.4.3	Cara Kerja Partial Least Square (PLS)	34
3.4.3.1	Uji Validitas	35
3.4.3.2	Uji Reliabilitas	36
3.4.4	Uji Hipotesis	36
3.4.4.1	Uji t (Uji Signifikan Parameter Individual)	36
3.4.4.2	Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	37
3.6	Kerangka Model Penelitian.....	38
BAB IV Uji Hipotesis		39
4.3.2	Uji Hipotesis	56
4.3.2.1	Uji R.....	56
4.3.2.2	Uji t	57
4.4	Pembahasan.....	60
4.4.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.4.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		56
5.1	Simpulan	63
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	63
DAFTAR PUSTAKA		67
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.Top Brand Index Sepatu Kerja Pria	2
Tabel 2.Laporan Omset Yongki Komaladi <i>Mens</i> Di Mall Ciputra Cibubur.....	3
Tabel 3.Kisi-Kisi Instrumen.....	29
Tabel 4.Bobot Penilaian Perdasarkan Skala Likert.....	31
Tabel 5.Kisi-Kisi Instrumen.....	31
Tabel 6.Interpretasi Nilai Presentase Responden.....	33
Tabel 7.Peringkat Jawaban Kuesioner	33
Tabel 8.Tingkat Reliabilitas	36
Tabel 9.Hasil jawaban responden terhadap variabel Harga	44
Tabel 10.Hasil jawaban responden terhadap variabel Kualitas Produk.....	45
Tabel 11. Hasil jawaban responden terhadap variabel promosi.....	46
Tabel 12.Hasil jawaban responden terhadap variable Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 13. <i>Loading Factor</i>	49
Tabel 14>Loading Factor	52
Tabel 15.Average Variance Extracted (AVE) Hasil Output PLS	55
Tabel 16. <i>Composite Reliability</i> Hasil <i>Output PLS</i>	55
Tabel 17. <i>Cronbach's Alpha</i> Hasil <i>Output PLS</i>	56
Tabel 18.Nilai <i>R Square & Adjusted R Square</i>	56
Tabel 19.Hasil Uji t Harga, Brand Image Dan Iklan.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bauran Pemasaran	7
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3. Langkah-Langkah Analisis PLS	35
Gambar 4. Kerangka model penelitian	39
Gambar 5. Diagram usia responden	41
Gambar 6. Diagram pekerjaan responden	42
Gambar 7. Diagram pekerjaan responden	43
Gambar 8. Gambar Outer model	50
Gambar 9. <i>Loading Factor Hasil Output SmartPLS 3.0</i>	53
Gambar 10. Inner Model	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Penelitian Terdahulu
Lampiran 2	GAP Riset
Lampiran 3	Kuisisioner
Lampiran 4	Data Kuisisioner 100 Responden
Lampiran 5	Deskripsi Data Responden
Lampiran 6	Indek Data Responden
Lampiran 7	Hasil Output Outer Model PLS
Lampiran 8	Hasil Output Model PLS
Lampiran 9	R Tabe & t Tabel
Lampiran 10	Surat Riset