



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAJALAH
PELUANG**

SKRIPSI

RIZKY AULIA 1610111006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAJALAH PELUANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

RIZKY AULIA 1610111006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rizky Aulia

NIM. : 1610111006

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

Jakarta, 17 Juni 2020

Yang menyatakan,



(Rizky Aulia)

PERNYATAAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Rizky Aulia
NIM : 1610111006
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Majalah Peluang

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 : 29 juli 2020

Yang menyatakan,



(Rizky Aulia)

SKRIPSI
PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAJALAH PELUANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RIZKY AULIA 1610111006

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal: 30 Juni 2020 dan dinyatakan memenuhi syarat
untuk diterima



Diana Triwardhani, S.E., M.M
Ketua Penguji



Rosali, S.E., MM
Penguji I



Lina Ariyani, S.E., MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, S.E., M.M
Ketua Jurusan Manajemen



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

Disahkan : Jakarta

Pada Tanggal : 30 Juni 2020



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2019/2020

Hari ini Selasa tanggal 30 Juni 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Rizky Aulia

NIM : 1610111006

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAJALAH PELUANG

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	1.
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2.
3	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Juni 2020

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Wahyudi, SE, MM

*The Effect of Price, Product Quality, and Promotion on Purchasing Decisions
of Opportunity Magazine*

By
Rizky Aulia

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of price, product quality, and promotion on the opportunity magazine purchase decision. The sample used in this study was 40 target markets and consumers subscribed to the opportunity magazine. The data collection techniques using a questionnaire with a likert scale. The data analysis technique used is descriptive data analysis, partial least square (PLS), validity test, reliability test, hypothesis test and coefficient of determination test. This research uses the SmartPLS 3.0 program to analysis the data. The results of this study indicate that (1) price has a significant effect on purchasing decisions (2) product quality has no effect on purchasing decisions, (3) promotion has no effect on purchasing decisions.

Keywords: *price, product quality, promotions, and purchasing decisions.*

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Majalah Peluang

Oleh
Rizky Aulia

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian majalah peluang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 target pasar dan konsumen berlangganan majalah peluang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif, *partial least square* (PLS), uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Penelitian ini menggunakan program *SmartPLS* 3.0 untuk melakukan analisis terhadap data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (2) kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (3) promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: harga, kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian.

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua nikmat dan karunia-Nya sehingga proposal skripsi ini bisa terselesaikan dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Lina Ariyani, SE, MM dan ibu Dra. Pusporini, MM selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan banyak saran, masukan dan arahan yang sangat bermanfaat.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh teman dan sahabat seperjuangan yang telah berjasa membantu penulis dalam penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis sedikit pun.

Penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat.

Jakarta, 04 April 2020

Rizky Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRPSI	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	6
I.3. Tujuan Penelitian.....	7
I.4. Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1. Tinjauan Pustaka	8
II.1.1. Pemasaran.....	8
II.1.2. Keputusan Pembelian	9
II.1.2.1. Faktor Penentu Keputusan Pembelian.....	9
II.1.2.2. Struktur Keputusan Pembelian.....	10
II.1.3. Harga	11
II.1.3.1. Indikator Penetapan Harga	12
II.1.3.2. Tahapan Penetapan Harga	12
II.1.3.3. Tujuan Penetapan Harga	12
II.1.4. Produk	13
II.1.4.1. Kualitas Produk	13
II.1.4.2. Dimensi Kualitas Produk	14
II.1.5. Promosi.....	15
II.1.5.1. Tujuan Dilakukannya Promosi.....	16
II.1.5.2. Bentuk-Bentuk Promosi	17
II.2. Model Penelitian Empiris.....	18
II.3. Hipotesis.....	19
II.3.1. Harga Terhadap Keputusan Pembelian	19
II.3.2. Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
II.3.3. Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	20

BAB III METODE PENELITIAN	21
III.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	21
III.1 Definisi Operasional.....	21
III.2 Penentuan Populasi Dan Sampel.....	22
III.2.1 Populasi	23
III.2.2 Sampel.....	23
III.3 Teknik Pengumpulan Data	24
III.3.1 Jenis Data	24
III.3.2 Sumber Data.....	24
III.3.3 Pengumpulan Data	24
III.4 Teknik Analisis	26
III.4.1 Analisis Deskriptif.....	26
III.4.2 Analisis Inferensial.....	27
III.5 Uji Hipotesis.....	32
III.5.1. Penujian Hipotesis (Bersampling Bootsraping).....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	35
IV.1.1. Profil Majalah.....	35
IV.2. Deskripsi Data Responden	35
IV.2.1. Analisis Data Deskriptif	39
IV.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis	43
IV.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
IV.3.1.1. Uji Validitas Konvergen.....	45
IV.3.1.2. Uji Validitas Diskriminan	47
IV.3.1.3. Uji Reliabilitas.....	49
IV.3.1. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	50
IV.3.2.1 <i>R Square</i>	50
IV.3.2.2. Uji Hipotesis.....	51
IV.3.2.3. Uji t-Statistik	52
IV.4 Pembahasan	53
IV.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Majalah Peluang	54
IV.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Majalah Peluang	55
IV.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Majalah Peluang	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
V.1 Simpulan.....	59
V.2 Keterbatasan Penelitian	59
V.3 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
RIWAYAT HIDUP	64
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Pengukuran Variabel	21
Tabel 2.	Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 3.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	24
Tabel 4.	Peringkat Jawaban Kuesioner	25
Tabel 5.	Interpretasi Nilai Persentase Responden	26
Tabel 6.	Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha	30
Tabel 7.	Perbandingan Antara Analisis Path (Jalur), Pls, Dan Sem.....	32
Tabel 8.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 9.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	40
Tabel 10.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	40
Tabel 11.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Promosi.....	41
Tabel 12.	<i>Outer Loading Factor</i>	44
Tabel 13.	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	46
Tabel 14.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	47
Tabel 15.	<i>Composite Reliability</i>	48
Tabel 16.	<i>Cronbach's Alpha</i>	48
Tabel 17.	<i>R Square</i>	49
Tabel 18.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur.....	50
Tabel 19.	Hasil Uji T-Statistik.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Statistik Jumlah Media Cetak 8 Tahun Terakhir.....	2
Gambar 2. Jumlah Penerbitan Media Cetak Tahun 2017	3
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4. Langkah-Langkah Penggunaan PLS	27
Gambar 5. Kerangka Model Penelitian.....	29
Gambar 6. Bagan Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	35
Gambar 7. Bagan karakteristik Responden Berdasarkan Menurut Umur.....	35
Gambar 8. Bagan Karakteristik Responden Berdasarkan Menurut Pendidikan Terakhir.....	36
Gambar 9. Bagan Karakteristik Responden Menurut Pengeluaran per Bulan.....	37
Gambar 10. Bagan Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	38
Gambar 11. Nilai <i>Loading</i> Faktor <i>Outer Model</i>	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	65
Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu.....	68
Lampiran 3. Kuesioner	70
Lampiran 4 Data Kuesioner 40 Responden.....	77
Lampiran 5 Deskripsi Data Responden.....	86
Lampiran 6 Hasil Deskripsi Data Penelitian	89
Lampiran 7 Hasil <i>Output Outer</i> Model PLS	92
Lampiran 8 Hasil <i>Output Inner</i> Model PLS	93
Lampiran 9 Hasil <i>Output Model</i> PLS	94
Lampiran 10 T Tabel.....	98
Lampiran 11 Hasil Turnitin.....	102