



**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERLENGKAPAN
OLAHRAGA REEBOK**

SKRIPSI

SUNNY NIZAR GANIM 1610111011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERLENGKAPAN
OLAHRAGA REEBOK**

SKRIPSI

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

SUNNY NIZAR GANIM 1610111011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

NAMA : Sunny Nizar Ganim

NIM : 1610111011

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia untuk dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan dan hukum yang berlaku

Jakarta, 25 Januari 2021

Yang Menyatakan,



(Sunny Nizar Ganim)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sunny Nizar Ganim
NIM : 1610111011
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga Reebok

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 saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 25 Januari 2021



(Sunny Nizar Ganim)

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERLENGKAPAN OLAHRAGA REEBOK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SUNNY NIZAR GANIM 1610111011

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 2 Februari 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. M.B. Nani Ariani, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Lina Aryani, S.E., M.M.
Penguji I



Drs. Nobelson, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan



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

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 2 Februari 2021

EFFECT OF PRICE, PROMOTION, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION AT REEBOK SPORTSWEAR

By Sunny Nizar Ganim

Abstract

This research is a quantitative study which aims to determine the effect of price, promotion, and product quality on purchase decision. The sample in this study were 100 reebok's consumer who made the purchases around 2019-2020. The sampling tehniqe was done by using probability sampling with simple random sampling. Data collection was carried out using a questionnaire. The analysis technique used in this research is Partial Least Square (PLS) analysis using the SmartPLS 3.0 application. The result of this study are that price didn't have a significant effect on purchase decision, promotion didn't have a significant effect on purchase decision, product quality has a significant effect on purchase decision.

Keywords : Price, Promotion, Product Quality, Purchase Decision

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERLENGKAPAN OLAHRAGA REEBOK

Oleh Sunny Nizar Ganim

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen Reebok yang melakukan transaksi dari tahun 2019-2020 yang jumlahnya sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Teknik analisis dilakukan menggunakan *Partial Least Square (PLS)* melalui aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil dari penelitian ini adalah harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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



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 GANJIL TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Hari ini Selasa, tanggal 2 Februari 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Sunny Nizar Ganim

NIM : 1610111011

Program : Manajemen S.I

Dengan judul skripsi sebagai berikut : Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga Reebok

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus** *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. M.B. Nani Ariani, S.E., M.M	Ketua	1.
2	Lina Aryani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson, M.M	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 2 Februari 2021

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Wahyudi, S.E., M.M.

PRAKATA

Alhamdulillah penulis panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan penelitian tentang **“Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga Reebok”**. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dian Wicakasih Arieftiara, SE, AK, MAk, CA, CSRS selaku Dekan FEB Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Drs. Nobelson, M.M selaku dosen pembimbing I saya yang telah memberikan masukan dan bimbingan dalam penelitian, dan Ibu Dra. Pusporini, M.M selaku dosen pembimbing II saya yang selalu memberikan masukan dan nasihat yang bermanfaat selama penulisan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku ketua program studi yang telah membimbing dalam penulis dalam bidang akademik. Penulis juga tidak lupa untuk mengucapkan terimakasih kepada bapak-ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat yang telah membantu dalam menyelesaikan perkuliahan. Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih kepada orang tua, keluarga, serta sahabat-sahabat tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat yang membantu penulis untuk menyelesaikan usulan penelitian ini. Kemudian penulis juga mengucapkan terimakasih kepada seluruh angkatan Manajemen S1 2016 yang telah ikut serta membantu dalam penulisan usulan penelitian ini.

Jakarta, 2 Februari 2021

Sunny Nizar Ganim

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISNALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	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 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	7
II.2 Landasan Teori	12
II.2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
II.2.2 Keputusan Pembelian	12
II.2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian	12
II.2.2.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	13
II.2.2.3 Dimensi Keputusan Pembelian	15
II.2.3 Harga	15
II.2.3.1 Definisi Harga	15
II.2.3.2 Indikator Harga	16
II.2.3.3 Tujuan Penetapan Harga	16
II.2.4 Promosi.....	18
II.2.4.1 Definisi Promosi.....	18
II.2.4.2 Tujuan Promosi	19
II.2.4.3 Dimensi Promosi	20
II.2.5 Kualitas Produk	22
II.2.5.1 Definisi Kualitas Produk	22
II.2.5.2 Bentuk Produk.....	22
II.2.5.3 Dimensi Kualitas Produk	23
II.2.6 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	25
II.2.7 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	25
II.2.8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
II.3 Model Penelitian Empirik	26
II.4 Hipotesis.....	27

BAB III	METODE PENELITIAN	28
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
III.1.1	Definisi Operasional.....	28
III.1.2	Pengukuran Variabel	29
III.2	Populasi dan Sampel	29
III.2.1	Populasi	29
III.2.2	Sampel.....	29
III.3	Teknik Pengumpulan Data	30
III.3.1	Jenis Data	30
III.3.2	Sumber Data.....	30
III.3.3	Pengumpulan Data	31
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	32
III.4.1	Teknis Analisis Data	32
III.4.1.1	Analisis Data Deskriptif	32
III.4.1.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	33
III.4.1.3	Cara Kerja <i>Partial Least Square (PLS)</i>	33
III.4.1.4	Langkah-Langkah Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	34
III.4.1.5	Uji Validitas dan Realibilitas	36
III.4.2	Koefisien Determinasi (R^2)	38
III.4.3	Uji Hipotesis.....	39
III.4.3.1	Uji Statistik t.....	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	41
IV.1	Deksripsi Objek Penelitian.....	41
IV.1.2	Deskripsi Data Responden	42
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	45
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis.....	50
IV.3.1	Uji Validitas Konvergen.....	51
IV.3.2	Uji Validitas Diskriminan	52
IV.3.3	Uji Realibilitas.....	52
IV.3.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	53
IV.3.5	<i>R Square</i>	53
IV.3.6	Uji t-Statistik	54
IV.4	Pembahasan	56
IV.4.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga Reebok	56
IV.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga Reebok	57
IV.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga Reebok	58
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	59
V.1	Simpulan.....	59
V.2	Keterbatasan Penelitian	59
V.3	Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA	61
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Pendapatan Tahun <i>Brand</i> Perlengkapan Olahraga (dalam miliar US\$).....	2
Tabel 2.	Matriks Penelitian Sebelumnya Riset Terkait dengan Keputusan Pembelian.....	11
Tabel 3.	Pengukuran Variabel.....	29
Tabel 4.	Skala Likert.....	31
Tabel 5.	Kisi-Kisi Instrumen.....	32
Tabel 6.	Peringkat Jawaban Responden.....	33
Tabel 7.	Interprestasi Nilai Responden.....	33
Tabel 8.	Tingkat Realibilitas Nilai <i>cronbach alpha</i>	38
Tabel 9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	44
Tabel 13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Perlengkapan Olahraga Reebok.....	45
Tabel 14.	Interprestasi Nilai Presentase Responden.....	46
Tabel 15.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase Decision</i>	46
Tabel 16.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	47
Tabel 17.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	48
Tabel 18.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	49
Tabel 19.	<i>Outer Loading</i>	51
Tabel 20.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	52
Tabel 21.	Uji Realibilitas.....	53
Tabel 22.	<i>R Square</i>	53
Tabel 23.	Uji t-Statistik.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Presentase Merek Sepatu Terfavorit di Indonesia.....	2
Gambar 2. Perbandingan Pembelian Reebok.....	3
Gambar 3. Kerangka Penelitian	27
Gambar 4. Langkah-Langkah Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	34
Gambar 5. Konstruk Diagram Jalur	35
Gambar 6. <i>Outer Model</i>	50
Gambar 7. <i>Inner Model</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Kuesioner
- Lampiran 3. Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 6. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 7. Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 9. Bukti Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 10. R Table dan T Tabel
- Lampiran 11. Hasil Turnitin