

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU
BATA DI GERAJ KALIBATA KOTA JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

Oleh:

Sahbani Hasibuan

203402516063



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU
BATA DI GERAI KALIBATA KOTA JAKARTA SELATAN**

SAHBANI HASIBUAN

203402516063

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU BATA DI GERAI KALIBATA KOTA JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 19 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Sahbani Hasibuan

NPM : 203402516063

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU BATA DI GERAJ KALIBATA KOTA JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : Sahbani Hasibuan

Nomor Pokok : 203402516063

Program Studi : Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,


Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen


Dr. Resti Hardini, S.E., M.M

Jakarta, 23 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU BATA DI GERAI KALIBATA KOTA JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : Sahbani Hasibuan

Nomor Pokok : 203402516063

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,


Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M

Ketua Penguji,

Anggota / Penguji,


Dr. Hasanudin, S.E., M.M


Atsari Sujud, S.M., M.M

Mengetahui

Dekan,


Prof. Kumba Dede-wiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D

Jakarta : 23 Februari 2024

Tanggal Lulus : 23 Februari 2024

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TIDAK ATAU YANG DI REVISI

Nama : Sahbani Hasibuan

NPM : 203402526063

Fakultas/Akademi : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tanggal Sidang : 23 Februari 2024




JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU BATA DI GERAI KALIBATA KOTA JAKARTA SELATAN

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS :

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTIONS AND PROMOTIONS ON PURCHASING DECISIONS ON BATA SHOES PRODUCTS AT THE KALIBATA STORE, SOUTH JAKARTA CITY

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 23 Februari 2024	TGL : 23 Februari 2024	TGL : 23 Februari 2024
 (Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M)	 (Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)	 (Sahbani Hasibuan)

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
SEPATU BATA DI GERAJ KALIBATA KOTA JAKARTA SELATAN**

Oleh :

Sahbani Hasibuan

NPM : 203402516063

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Subur Karyatun, S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu bata. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, jumlah sampel penelitian ini dikumpulkan dari pelanggan Sepatu bata pada gerai kalibata pada kota jakarta selatan, sebanyak 96 orang responden. Menggunakan bantuan software SPSS (Statistical Program for Social Science) 26.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, Persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan promosi memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu bata di gerai kalibata kota jakarta selatan.

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

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTIONS AND PROMOTIONS ON PURCHASING DECISIONS ON BATA SHOES PRODUCTS AT THE KALIBATA STORE, SOUTH JAKARTA CITY

By :

Sahbani Hasibuan

NPM : 203402516063

Final Projek, under the guidance Dr. Subur Karyatun, S.E.,M.M.

This research aims to determine the influence of product quality, price perception and promotion on purchasing decisions for Bata shoe products. This research uses quantitative methods, the number of samples for this research was collected from Bata Shoe customers at the Kalibata outlet in South Jakarta, totaling 96 respondents. Using SPSS (Statistical Program for Social Science) 26.0 software.

The research results show that: Product quality has a positive and insignificant influence on purchasing decisions, price perception has a positive and significant influence on purchasing decisions and promotion has a positive and insignificant influence on purchasing decisions for Bata shoe products at Kalibata outlets, South Jakarta City.

Keyword : Product Quality, Price Perception, Promotion, Purchasing Decisions

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. **Nama** : Sahbani Hasibuan
2. **Tempat, tanggal lahir** : Riau, 24 April 2001
3. **Jenis Kelamin** : Perempuan
4. **Alamat** : Asrama Mahasiswa Riau Jakarta, Jl. Moch. Kahfi II, Rt.07, Rw.01, kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan
5. **No, Handphone** : 081314839676
6. **Status** : Belum Menikah
7. **Agama** : Islam
8. **Kewarganegaraan** : Indonesia
9. **Email** : sahbanihasibuan24@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. **2008 - 2014** : SDN 023 Tambusai(Riau)
2. **2014 - 2017** : MTsn Dalu-dalu
3. **2017 - 2020** : SMK Citra Negara
4. **2020 - 2024** : Universitas Nasional

Jakarta, 28 Februari 2024



Sahbani Hasibuan

NPM : 203402516063

KATA PENGANTAR

Asalamualaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karuniaNya sehingga Penulis ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ialah “ **Pengaruh Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Bata di Gerai Kalibata Kota Jakarta Selatan**”

Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat yang diajukan guna menyelesaikan program studi manajemen, fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Nasional.

Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yangtelah memberikan bantuan dan dorongan hingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini, yaitu:

1. Bapak Dr.Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestri, S.E, M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Nasional
5. Ibu Dr. Subur Karyatun S.E.M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan serta pengarahan selama proses penelitian dan penulisan.
6. Seluruh Dosen Program Manajemen Sekolah Universitas Nasional yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya.
7. Kedua orang tua Bapak Himsar Hasibuan dan Ibu Patimah Harahap, kakak Nurannisa Hasibuan, Abang Luat Hasibuan, Abang Riswan Hasibuan dan Adik ku citra, fazri Serta keluarga yang selalu memberikan semangat dan cinta yang luar biasa kepada penulis

8. Terima kasih kepada teman-teman Anil Khakim, Shipa Nur Fadila, dan Fathurahman Cahyadika yang selalu memberikan semangat kepada saya dimana saya ingin menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Manajemen 2020 untuk kebersamaan, bantuan, dan kerjasama selama menempuh studi di Manajemen.
10. Para staf administrasi dan pelayanan akademik Sekolah Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan pelayanan terkait akademik dan administrasi selama penulis menjalani proses belajar di Program Studi Manajemen.
11. Terakhir terimakasih kepada diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu menendalkan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membaca dan membutuhkan.

Jakarta, 28 Februari 2024



Sahbani Hasibuan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACK.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	iii
PENDAHULUAN.....	iii
A. Latar Belakang Masalah	iii
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II.....	2
TINJAUAN PUSTAKA.....	2
A. Manajemen Pemasaran	2
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	2
2. Keputusan Pembelian	9
a. Pengertian keputusan pembelian	9
3. Kualitas Produk	11
4. Persepsi Harga	14
5. Promosi	16
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	18
1. Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2. Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	19

3. Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	20
C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan penelitian.....	21
D. Kerangka Analisis	23
E. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37
A. Objek Penelitian.....	37
B. Data Penelitian	37
1. Sumber Data dan Jenis Data	37
2. Populasi dan Sampel	27
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data	29
c. Definisi Operasional Variabel.....	31
d. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	32
1. Metode Analisis	32
2. Uji Instrumen	33
3. Uji Asumsi Klasik.....	34
4. Uji Kelayakan Model.....	37
5. Pengujian Hipotesis (t)	37
BAB IV.....	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian.....	39
B. Pembahasan.....	60
BAB V.....	63
KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Analisis Penelitian	24
Gambar 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin	41
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	42
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	43
Gambar 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	44
Gambar 4.5 Uji Heterokedasitas	56



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index Sepatu 2023	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Sepatu Bata	2
Tabel 2.1 Jurnal-Jurnaln Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Skala Likert	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pendapatan	44
Tabel 4.5 Mean Kualitas Produk	45
Tabel 4.6 Mean Persepsi Harga	46
Tabel 4.7 Mean Promosi	46
Tabel 4.8 Mean Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Berganda	48
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk	50
Tabel 4.11 Uji Validitas Persepsi Harga	51
Tabel 4.12 Uji Validitas Promosi	51
Tabel 4.13 Uji Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.14 Uji Reabilitas	52
Tabel 4.15 Uji Normalitas	53
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.17 Uji Auto Korelasi	57
Tabel 4.18 Uji F (ANOVA)	58
Tabel 4.19 Uji Koefisien Determinasi	59

Tabel 4.20 Pengujian Hipotesis (Uji T) 60

