

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PEMASARAN  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA PRODUK FATGOODS TANGERANGS SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**RIZA FAHLEVI**

203402516101



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

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PEMASARAN  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA PRODUK FATGOODS TANGERANG SELATAN**

Tugas Akhir ini sebagai ajuan untuk salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Manajemen  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**TUGAS AKHIR**

**RIZA FAHLEVI**

203402516101



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

**LEMBAR PERNYATAAN**

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

**PENGARUH KUALITAS, PERSEPSI HARGA DAN PEMASARAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK FATGOODS TANGERANG SELATAN.**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain, Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.



Tangerang , 16 february 2024



Riza fahlevi

203402516101

**LEMBAR PERSETUJUAN**


**Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA DAN PEMASARAN MELALUI MEDIA  
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK FATGOODS TANGERANG SELATAN**

**Nama : Riza Fahlevi**  
**NPM : 203402516101**  
**Prodi : Manajemen**

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,  
UNIVERSITAS NASIONAL

(Dr. Elwisam, S.E.,M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen  
  
(Dr. Rasti Hardini, S.E.,M.Si.)

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK FATGOODS TANGERANG SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Riza Fahlevi**  
Nomor Pokok : **203402516101**  
Program Studi : **Manajemen**

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

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Ketua Penguji,

(Dr.Drs, Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)

Anggota/Penguji,

(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

Mengetahui

Dekan,

(Prof. Hamba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.d.)

Jakarta, 01 Maret 2024

Tanggal Lulus : 01 Maret 2024

## ABSTRACT

**Oleh :**

**Riza Fahlevi**

**Npm : 203402516101**

**Tugas Akhir , dibawah bimbingan Dr. Elwisam.,S.E.,M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel Kualitas Produk, Variabel Persepsi Harga dan Variabel Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Variabel Keputusan Pembelian pada Produk Fatgoods Tangerang selatan. Metode penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Data Penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner kepada 100 responden pada konsumen Fatgoods dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif dengan regresi linier berganda dan menggunakan bantuan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 23.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Pemasaran Melalui Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan perhatian pada Produk Fatgoods Tangerang selatan mengenai Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Pemasaran Melalui Media sosial terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci :** Kualitas Produk, Persepsi Harga , dan Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian.



**ABSTRACT**

BY :

Riza Fahlevi

Npm : 203402516101

Final project , under the graduate of Dr.Elwisam.,S.E.,M.M.

*This research aims to analyze the influence of the Product Quality variable, Price Perception Variables and Marketing Variables via Social Media on Purchasing Decision Variables for Fatgoods Products in South Tangerang. The research method used in this research is a quantitative research method. Data This research uses primary data through questionnaires to 100 respondents to Fatgoods consumers using a purposive sampling technique. The data analysis technique uses descriptive analysis with multiple linear regression and uses the help of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 23 program.*

*The results of multiple linear regression analysis show that the Product Quality variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Price Perception has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, and Marketing Through Social Media has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. It is hoped that the results of this research will increase attention to South Tangerang Fatgoods Products regarding Product Quality, Price Perception, and Marketing via Social Media on Purchasing Decisions.*

*Keywords: Product Quality, Price Perception, and Marketing via Social Media on Purchasing Decisions*

## DATA RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

1. Nama : Riza Fahlevi
2. Tempat tanggal lahir : Tangerang, 06 januari 2002
3. Jenis Kelamin : Laki – laki
4. Alamat : kp ciledug rt 001 rw.001 no 112 kel pondok kacang barat kec. Pondok aren. Tangerang selatan banten
5. No handphone : 085715579932
6. Status : Belum menikah
7. Agama : Islam
8. Email : [rizaponjay@gmail.com](mailto:rizaponjay@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008-2014 : SDN Pondok Kacang Timur 03
2. 2014-2017 : MTS Al-Zaytun
3. 2018-2020 : MA Al-Zaytun
4. 2020-2024 : Universitas Nasional

Tangerang 16 February 2024

**Riza Fahlevi**  
**NPM. 203402516101**



## KATA PENGANTAR

Assalamuaikum warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga , dan Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fatgoods Tangerang selatan**”. Untuk diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Nasional. Penulis menyadari dalam menyusun Seminar proposal ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu sebagai ucapan rasa syukur, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A, selaku rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Muhani, S.E., M.Si.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Elwisam S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang saya hormati yang telah bersedia membantu menyempurnakan arahan kepada saya sehingga proposal ini dapat terselesaikan. Terima kasih atas dukungannya, semangat dan ilmu yang telah diberikan.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu, dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

7. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.
8. Teruntuk kedua orang tua saya, dan Kakak saya yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan, memotivasi, menguatkan serta selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.
9. Kepada teman – teman seperjuangan saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu mengajarkan, memberi motivasi, informasi, support, semangat dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.

Penulis menyadari dalam Menyusun tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik dari isi maupun susunan dalam penulisan. Dari pada itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

**Tangerang 16 februari 2024**

**Riza Fahlevi**

**NPM. 203402516101**

## DAFTAR ISI

### DAFTAR ISI

<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II</b> .....	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
A. Landasan Teori .....	7
1) Manajemen Pemasaran .....	7
2) Keputusan Pembelian .....	9
3) Kualitas Produk.....	12
4) Persepsi Harga.....	15
5) Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram.....	18
B. Keterkaitan Antar Variabel .....	21
1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
2) Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	22
3) Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	22
C. Hasil Penelitian Terdahulu .....	23
D. Kerangka Analisis.....	26
E. Hipotesis.....	28
<b>BAB III</b>	
Metode Penelitian .....	29
A. Objek Penelitian .....	29
1. Definisi Operasional Variabel .....	29
2. Populasi dan Sampel .....	31
B. Jenis dan Sumber Data.....	32
C. Metode Analisis dan pengujian hipotesis.....	32

1. Metode Analisis .....	32
2. Uji Instrumen.....	33
3. Uji Asumsi Klasik.....	34
4. Uji Kelayakan Model.....	34
5. Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB IV.....</b>	<b>39</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>39</b>
1. Deskripsi Data .....	39
2. Deskripsi Responden.....	40
3. Analisis Deskriptif .....	42
4. Hasil Analisis Penelitian .....	46
5. Uji Asumsi Klasik.....	49
6. Uji Kelayakan Model.....	54
7. Pengujian Hipotesis .....	55
<b>B. Pembahasan.....</b>	<b>57</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>60</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Fatgoods .....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Rujukan .....	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	29
Tabel 3.2 Pengukuran Skala.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk.....	42
Tabel 4.5 Total Skore Mean Kualitas Produk .....	43
Tabel 4.6 Total Skore Mean Persepsi Harga.....	43
Tabel 4.7 Total Skore Mean Pemasaran Melalui Media Sosial .....	44
Tabel 4.8 Total Skore Mean Keputusan Pembelian .....	45
Tabel 4.9 Uji Validitas Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.10 Uji Validitas Persepsi Harga.....	47
Tabel 4.11 Uji Validitas Pemasaran Melalui Media Sosial .....	47
Tabel 4.12 Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.14 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas .....	50
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas .....	51
Tabel 4.17 Uji Autokorelasi .....	52
Tabel 4.18 Analisis Linear Berganda .....	52
Tabel 4.19 Uji F.....	54
Tabel 4.20 Output Koefisien Determinasi .....	54
Tabel 4.21 Uji T.....	55

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian... ..... 10  
Gambar 2,2 Kerangka Analisis .....29





**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Responden .....	63
Lampiran 2 Tabel Tabulasi .....	68
Lampiran 3 Tabel Output SPSS .....	81
A. Uji Validitas .....	81
B. Uji Reability .....	83
C. Regresion Linear Berganda .....	83
D. Uji Akumsi Klasik .....	84
Lampiran 4 Lembar Konsultasi Bimbingan .....	86
Lampiran 5 Lembar Hasil Turnitin .....	90

