

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA FURNITURE CV. SAMLAWI  
DI KOTA JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

Oleh:

Anil Khakim

203402516274



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA, 2024**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA FURNITURE CV. SAMLAWI DI KOTA  
JAKARTA SELATAN**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana  
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Nasional**

**Oleh:**

**Anil Khakim**

**203402516274**



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

## HALAMAN PERNYATAAN

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

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FURNITURE CV. SAMLAWI DI 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 sejenisnya di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dana kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.



Jakarta, 29 February 2024



Anil Khakim

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Furniture Cv. Samlawi Di Kota Jakarta Selatan.

Nama Mahasiswi : Anil Khakim

Nomor Pokok : 203402516274

Program Studi : Manajemen



Jakarta, 16 February 2024

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FURNITURE CV. SAMLAWI DIKOTA JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Anil Khakim**

Nomor Pokok : **203402516274**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta : 29 Februari 2024

Tanggal lulus : 29 Februari 2024

**ABSTRAK**  
**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN**  
**INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**PADA FURNITURE CV. SAMLAWI DI KOTA**  
**JAKARTA SELATAN**

Oleh : Anil Khakim

NPM : 203402516274

Tugas Akhir dibawah bimbingan Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Furniture Cv. Samlawi di Kota Jakarta Selatan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif sampel dengan memberikan kuesioner kepada 100 responden konsumen produk Furniture Cv. Samlawi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan teknik analisis data menggunakan analisis inferensial dengan regresi linier berganda dan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dapat diharapkan mampu menjadikan para UMKM atau produk lokal penjualan produk Furniture agar dapat memperhatikan Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Inovasi Produk yang dapat meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

# INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF PRICES, SERVICE QUALITY, AND PRODUCT INNOVATION ON PURCHASING DECISIONS ON FURNITURE CV. SAMLAWI IN THE CITY SOUTH JAKARTA

By: *Anil Khakim*

NPM: 203402516274

Final Project under the guidance of Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M

*This research aims to determine the influence of price perceptions, service quality and product innovation on purchasing decisions for Cv Furniture. Samlawi in South Jakarta City. The research method used is a quantitative sample method by giving questionnaires to 100 consumer respondents of CV Furniture products. Samlawi. The sampling technique uses purposive sampling and the data analysis technique uses inferential analysis with multiple linear regression and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 25 program.*

*The results of this research show that there is a positive and significant influence between the variables of price perception, service quality and product innovation on purchasing decisions. It is hoped that the results of this research will be able to enable MSMEs or local products selling furniture products to pay attention to price perception, service quality and product innovation which can improve consumer purchasing decisions.*

*Keywords: Price Perception, Service Quality, Product Innovation, Purchasing Decisions*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. BIODATA DIRI

1. Nama : Anil Khakim
2. Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 16 Juli 2001
3. Jenis kelamin : Perempuan
4. Alamat : Perumahan PGRI, Jalan. Penarikan Blok  
A2 No.3 Rt.007/Rw.02, Pasir Putih,  
Kecamatan. Sawangan, Kota Depok, Jawa  
Barat 16519
5. No. Handphone : 0812-2450-3840
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : [anilkhakim1991@gmail.com](mailto:anilkhakim1991@gmail.com)

### 2. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008-2014 : Sdn 07 Lebak Bulus
2. 2014-2017 : Smp Darussalam Pondok Labu
3. 2017-2020 : Smk Keluarga Widuri
4. 2020-2024 : Universitas Nasional



Jakarta, 29 Februari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Anil Khakim', written in a cursive style.

Anil Khakim

NPM: 203402516274



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Furniture Cv. Samlawi di Kota Jakarta Selatan “ dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala nikmat dan hidayah yang telah diberikan. Tak lelah lisan ini mengucapkan syukur atas segala karunia-Nya yang telah engkau berikan.
2. Bapak Dr.Drs. EL Amry Bermawa Putera, M.App.Ec.,Ph.D, selaku Rektor Universitas Nasional.
3. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E.,M.App.Ec.,Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
6. Bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didik nya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serja mengajar.
8. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa/i Feb Unas.
9. Teristimewa kedua Orang Tuaku, Papa Samlawi dan Mama Ani, terima kasih atas semua limpah kasih sayang, do'a, dan bantuan yang diberikan selama ini. Semangat kalian yang membuat langkahku terasa ringan dan berarti.

10. Tiga (3) saudaraku, Mas Hanafi, Adek Zahra dan Adek Aqilla yang sudah memberikan dukungan dan semangat, doa dan juga segalanya.
11. Keluarga besar K.H.Asrof yang telah mengajarkan berbagai hal dan yang selalu mengingatkan Allah adalah satu-satunya penolong serta tidak lalai dalam mengingatkan selalu ada di jalan Allah SWT dalam keadaan susah maupun bahagia.
12. Keluarga besar H.Kapin yang telah memberikan doa serta dukungan yang tidak ada hentinya.
13. Seluruh teman-teman kampus Universitas Nasional Marzeline Rorak.R, Muhammad Racmadermawan, Muhammad Taufiq Rohman, Nabeel Darsa, yang sudah memberikan semangat serta dukungan selama mengerjakan skripsi sampai dengan selesai.
14. Seluruh sahabat seperjuangan, Fathurahman Cayadhika, Sahbani Hasibuan, dan Shipa Nur Fadila atas dukungan dan kasih sayang selama kebersamaan kita berada di Universitas Nasional.
15. Sahabat-sahabat disegala keadaan, Iktiarni dan Raden Ajeng Dhea Salshabila yang sudah memberi dukungan tiada hentinya, dan selalu memberikan hal positif dan memberikan motivasi agar tetap kuat.
16. Seluruh teman-temanku yang tidak bisa disebutkan satu-satu. Terima kasih sudah memberikan dukungan dan doanya.

Penulis tidak akan mampu membalas kebaikan sekalian dan hanya berharap semoga diberkahi oleh Allah SWT. Tentunya Skripsi ini memiliki banyak sekali kekurangan. Penulis memohon kritik dan saran atas segala kekurangan dalam penulisan Skripsi. Sebagai penulis menyampaikan Terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

## DAFTAR ISI

<b>TUGAS AKHIR .....</b>	<b>1</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A.Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B.RUMUSAN MASALAH.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
<b>A.Manajemen Pemasaran .....</b>	<b>9</b>
<b>1. Bauran Pemasaran .....</b>	<b>11</b>
<b>2. STP (Segmenting, Targeting, Positioning) .....</b>	<b>12</b>
<b>3. Keputusan Pembelian .....</b>	<b>14</b>
<b>4. Persepsi Harga .....</b>	<b>15</b>
<b>5. Kualitas Pelayanan.....</b>	<b>17</b>
<b>B.Ketekaitan Antar Variabel Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>1. Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....</b>	<b>22</b>
<b>1. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian .....</b>	<b>23</b>
<b>2. Hubungan Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian .....</b>	<b>23</b>
<b>D.Kerangka Analisis</b>	
<b>E.Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>31</b>

<b>BAB III.....</b>	<b>32</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
<b>A.Objek Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>B.Rencana dan Tahapan Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>C.Data Penelitian .....</b>	<b>33</b>
<b>1. Sumber Data dan Jenis Data .....</b>	<b>33</b>
<b>2. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>33</b>
<b>3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....</b>	<b>35</b>
<b>D.Jenis Variabel yang Digunakan.....</b>	<b>36</b>
<b>E.Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>36</b>
<b>F.Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>39</b>
<b>1. Metode Analisis.....</b>	<b>39</b>
<b>2. Uji Intrumen Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>3. Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>41</b>
<b>4. Uji Kelayakan Model .....</b>	<b>43</b>
<b>5. Pengujian Hipotesis (Uji t).....</b>	<b>44</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>45</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
<b>A.Hasil Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>B.Analisis Tingkat Persepsi .....</b>	<b>51</b>
<b>A.Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>59</b>
<b>C.Uji Kelayakan Model.....</b>	<b>60</b>
<b>D.Pengujian Hipotesis (Uji t) .....</b>	<b>61</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>65</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
<b>A. KESIMPULAN.....</b>	<b>65</b>
<b>B. SARAN .....</b>	<b>65</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Mebel/Furniture Cv.Samlawi Tahun 2018-2022.....	5
Tabel 1.2 Total Penjualan pertahun pada Furniture Cv.Samlawi dari tahun 2018-2022 ...	6
Tabel 2.1 Rujukan Penelitian .....	24
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian .....	31
Tabel 3.2 Skala Ukuran.....	35
Tabel 3.3 Definisi Operasional .....	36
Tabel 4.1 Kategori Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.2 Kategori Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Kategori Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4 Kategori Berdasarkan Pendapatan Responden .....	48
Tabel 4.5 Kategori Berdasarkan Pengguna pada Produk Furniture Cv. Samlawi .....	49
Tabel 4.6 Skala Pengukuran Likert.....	50
Tabel 4.7 Total Frekuensi dan Nilai-nilai Persepsi Harga (X1).....	51
Tabel 4.8 Total Frekuensi dan Nilai rata-rata Kualitas Pelayanan (X2) .....	51
Tabel 4.9 Total Frekuensi dan Nilai rata-rata Inovasi Produk (X3).....	52
Tabel 4.10 Total Frekuensi dan Nilai rata-rata Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 4.11 Uji Validitas .....	54
Tabel 4.12 Uji Hasil Reliabilitas.....	55
Tabel 4.13 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi .....	58
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	59
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji T).....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis .....	29
Gambar 4.1 Diagram Lingkungan Kategori Usia .....	46
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Kategori Jenis Kelamin .....	47
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Kategori Pekerjaan.....	48
Gambar 4.4 Diagram Lingkaran Kategori Pendapatan .....	49
Gambar 4.5 Diagram Lingkaran Kategori Pengguna Produk Furniture Cv. Samlawi.....	50

