

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION  
MEREK CITRA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL TAHUN 2022**

**TUGAS AKHIR**

**Oleh :**

**CHRISANTUS CLAUDIO SHANNON**

**193402516090**



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION  
MEREK CITRA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL TAHUN 2022**

**TUGAS AKHIR**

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

Oleh :

**CHRISANTUS CLAUDIO SHANNON**

**193402516090**



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

**LEMBARAN PERSETUJUAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
HAND AND BODY LOTION MEREK CITRA PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL TAHUN 2022**

Nama : Chrisantus Claudio Shannon

Nomor Pokok : 193402516090

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing : Olivia Yolanda, S.E.,M.M

Menyetujui Pembimbing

(Olivia Yolanda, S.E.,M.M)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK CITRA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL ANGGARAN 2022.

Nama : CHRISANTUS CLAUDIO SHANNON  
Nomor pokok : 193402516090  
Program Studi : MANAJEMEN

Mengesahkan  
Pembimbing Tugas Akhir

  
(Olivia Yolanda, S.E., M.M)

Ketua penguji


anggota/penguji

  
(Dr Herry Krisnandi, S.E, M.M)

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

Mengetahui

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
(Prof. Dr. Sugiono Efendi, S.E., M.B.A., M.M)



## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam Tugas Akhir ini yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION  
MEREK CITRA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL TAHUN 2022**

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.

Jakarta, Agustus 2024



Chrisantus Claudio Shannon

193402516090

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (LUAR).....	i
HALAMAN SAMPUL (DALAM).....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Masalah .....	3
1.3.1 tujuan penelitian .....	3
1.3.2 kegunaan penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Teori yang berkaitan dengan variabel masalah .....	5
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.2 Pemasaran.....	5
2.1.3 Kualitas Produk.....	5
2.1.4 Persepsi Harga .....	7
2.1.5 Promosi.....	9
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Keterkaitan antar variabel .....	14
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2.2.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2.2.3 Pengaruh Promos Terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2.2.4 Kerangka Analisis.....	19

2.2.5 Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	22
3.2 Rencanadan Tahapan Penelitian .....	22
3.1 Data Penelitian .....	22
3.3.1 Sumber Datadan Jenis Data .....	22
3.3.2 Populasidan Sampel .....	23
3.4 Teknikdan Alat Pengumpulan Data .....	24
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.4.2 Alat Pengumpulan Data .....	24
3.4.3 Definisi Operasional .....	25
3.4 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	27
3.5.1 Metode Analisis .....	27
3.5.2 Analisis Deskriptif .....	28
3.5.3 Analisis Inferensial .....	28
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	28
3.6.1 Uji Validitas .....	28
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	29
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	29
3.7.1 Uji Normalitas .....	29
3.7.2 Uji multikolinieritas .....	30
3.7.3 Uji Heteroskedastis .....	30
3.7.3 Uji Autokorelasi .....	31
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda .....	31
3.9 Uji Kelayakan Model .....	32
3.9.1 Uji F .....	32
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	32
3.9.3 Pengujian Hipotesis (Ujit) .....	32
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	

<b>4.1 Demografi Responden .....</b>	<b>34</b>
<b>4.2 Uji validitas .....</b>	<b>34</b>
<b>4.3 Uji reliabilitas .....</b>	<b>38</b>
<b>4.4 UJI ASUMSI KALSIK .....</b>	<b>39</b>
<b>4.4.1 Uji normalitas .....</b>	<b>39</b>
<b>4.4.2 Uji multikolinieritas .....</b>	<b>40</b>
<b>4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>41</b>
<b>4.4.4 Uji Autokorelasi .....</b>	<b>42</b>
<b>4.4.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>42</b>
<b>4.4.6 Uji F .....</b>	<b>43</b>
<b>4.4.7 Uji t (pengujian hipotesis) .....</b>	<b>44</b>
<b>4.4.8 Uji Koefisien Determinasi .....</b>	<b>45</b>
<b>4.6 Pembahasan .....</b>	<b>46</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
<b>5.1. KESIMPULAN .....</b>	<b>49</b>
<b>5.2. SARAN .....</b>	<b>49</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>51</b>
<b>DAFTAR TABEL DAN GAMBAR</b>	
<b>Tabel 1.1 .....</b>	<b>2</b>
<b>Tabel 2.1 .....</b>	<b>15</b>
<b>Gambar 2.2 .....</b>	<b>20</b>
<b>Tabel 3.1 .....</b>	<b>25</b>
<b>Tabel 3.2 .....</b>	<b>25</b>



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan Segala nikmat sehat dan Karunia-nya kepada penulis, sehingga masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Penelitian tugas akhir yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK CITRA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NASIONAL TAHUN 2022”** ini ditulis untuk melengkapi syarat untuk mencapai gelar sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penulis menyadari dalam menyusun penelitian ini banya mendapat dukungan, bimbingan, bantuan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

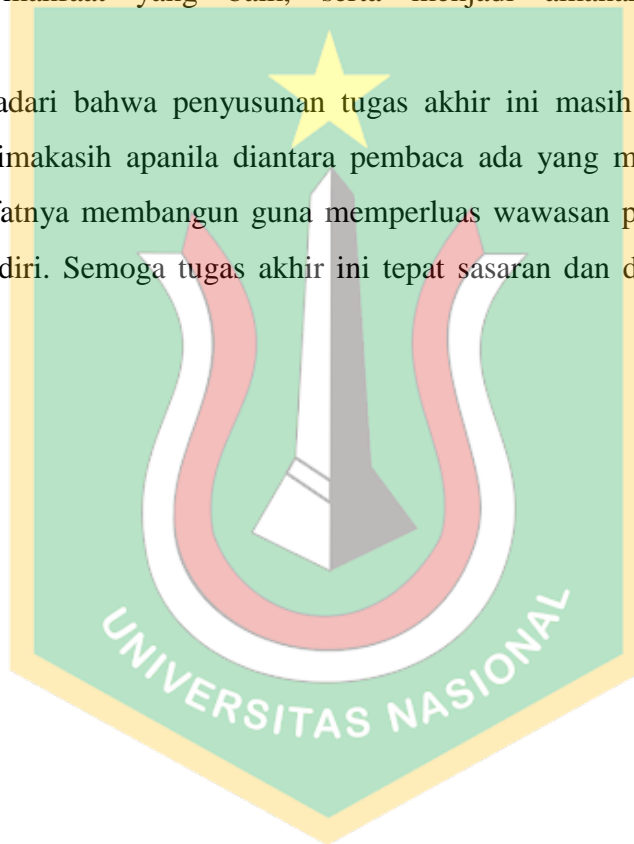
1. Dr. Drs. El Amry Bermawi Putra, M.A. selaku rektor Universitas Nasional.
2. Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. selaku plt dekan fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Nasional.
3. Dr. Rahayu Lestari, S.E., MM. selaku wakil dekan fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Nasional.
4. Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku ketua program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Nasional.
5. Olivia Yolanda, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi dan juga memberi arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen fakultas ekonomi dan bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

7. Kedua orang tua saya yang sudah membesarkan penulis, mendukung segala kegiatan penulis, memberikan motivasi dan semangat kepada penulis, mendengarkan segala keluh kesah penulis dan doa untuk penulis.

8. Seluruh rekan seperjuangan yang senantiasa memberikan semangat, dorongan dan kritik yang bersifat membangun dalam penulisan tugas akhir ini.

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi amanah dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Penulis berterimakasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang sifatnya membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri. Semoga tugas akhir ini tepat sasaran dan dapat bermanfaat bagi banyak pihak.



## Abstrak

Keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen mempertimbangkan berbagai faktor dan alasan yang mendukung keputusan mereka untuk membeli suatu produk atau jasa tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Hand and Body Lotion Citra di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional pada tahun 2022. Masalah utama yang dibahas adalah: Apakah Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi secara parsial dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk Citra Hand and Body Lotion. Penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik pengambilan sampel non-probabilitas, khususnya metode purposive sampling, dengan menyebarkan kuesioner kepada 103 mahasiswa FEB Universitas Nasional yang pernah atau sedang menggunakan hand and body lotion Citra. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 26.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa 51% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi. Sedangkan 49% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan promosi secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, namun kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

## Abstract

The purchasing decision is a phase where consumers evaluate various factors and reasons that reinforce their choice to buy a specific product or service. This study aims to examine and clarify the factors influencing purchasing decisions for Citra Hand and Body Lotion among students at the Faculty of Economics and Business, National University, in 2022. The issues addressed include whether Product Quality, Price Perception, and Promotion have a partial and significant impact on purchasing decisions for Citra Hand and Body Lotion. The research employs primary data. The sampling method is non-probability sampling, specifically purposive sampling, by distributing questionnaires to 103 FEB students at the National University who have used or are currently using Citra hand and body lotion. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, conducted using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26.0 program. The results indicate that 51% of the variation in purchasing decisions can be attributed to product quality, price perception, and promotion. The remaining 49% is explained by other variables not covered in this study. The quantitative analysis results show that product quality, price perception, and promotion significantly influence purchasing decisions, while the product quality variable does not have a significant effect on purchasing decisions.

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

