

**PENGARUH KULITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA ADIDAS  
DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**AHMAD FAJAR MAULANA**

**213402516106**



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

**JAKARTA**

**2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA ADIDAS  
DI JAKARTA SELATAN**

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

Oleh :

**AHMAD FAJAR MAULANA**

**213402516106**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2025**

## 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 SEPATU OLAHRAGA ADIDAS DI 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, 21 Februari 2025



AHMAD FAJAR MAULANA

NPM : 213402516106

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPATU OLAHRAGA ADIDAS DI  
JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Ahmad Fajar Maulana**

Nomor Pokok : **213402516106**

Program Studi : **Manajemen**



Jakarta, 18 Februari 2025

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA ADIDAS DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Ahmad Fajar Maulana**

Nomor Pokok : **213402516106**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Nasional

**Menyetujui**

**Pembimbing Tugas Akhir**

  
(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Anggota/Penguji

**Ketua Penguji,**

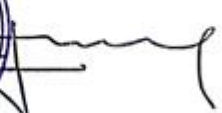
  
(Dr. Ahmad Cik, S.E., M.M.)

  
(Dr. Ian Zulfikar, S.S., M.Si.)

**Mengetahui**

**Dekan**



  
(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M)

Jakarta : 18 Februari 2025

Tanggal Lulus : 28 Februari 2025

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA ADIDAS DI JAKARTA SELATAN**

**Oleh : Ahmad Fajar Maulana**

**Npm : 213402516106**

Tugas akhir dibawah bimbingan Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Adidas di Jakarta Selatan. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti mengumpulkan data primer melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis yang diolah dengan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa kualitas produk memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Adidas di wilayah Jakarta Selatan. Selain itu, persepsi harga juga terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tidak hanya itu, promosi yang dilakukan oleh Adidas turut memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Jakarta Selatan.

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

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION OF ADIDAS SPORTS SHOES IN SOUTH JAKARTA***

**By: Ahmad Fajar Maulana**

**Npm: 213402516106**

*Final assignment under the guidance of Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si M*

*This study aims to analyze the effect of product quality, perceived price and promotion on purchasing decisions for Adidas sports shoes in South Jakarta. To achieve these objectives, researchers collected primary data through questionnaires distributed to 100 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression methods, which were processed with the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 29 program. Based on the results of the research that has been conducted, it is found that product quality has a positive and significant impact on purchasing decisions for Adidas brand sports shoes in the South Jakarta area. In addition, price perceptions are also proven to have a positive and significant influence on purchasing decisions. Not only that, the promotions carried out by Adidas also made a significant positive contribution to purchasing decisions in South Jakarta.*

***Keywords: Product Quality, Price Perception, Promotion and Purchasing Decision***

## 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 proposal tugas akhir yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA ADIDAS DI 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. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga tugas akhir ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M 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. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si M Selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga serta memberikan tambahan ilmu, pengarahan, kritik, saran dan solusi pada setiap kesulitan, ketulusan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu yang pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.



7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
8. Kepada penulis sendiri terima kasih telah bertahan di saat-saat sulit, ketika rasa lelah, ragu, dan putus asa hampir mengalahkan. Terima kasih sudah terus maju dan tetap berkomitmen meskipun berbagai tantangan menghadang. Terima kasih karena tidak menyerah dan memilih untuk terus mencoba. Semoga kerja keras ini menjadi awal dari perjalanan berikutnya yang penuh dengan pelajaran dan pencapaian baru.
9. Kepada orang tua peneliti ibu Komidah dan bapak Suyatno, yang selalu memberikan dukungan tanpa henti baik secara moral, spiritual, maupun material. Tanpa kasih sayang, doa, pengorbanan, dan motivasi, saya tidak akan berada di tahap ini. Terima kasih atas segala cinta dan kepercayaan yang kalian berikan sepanjang perjalanan pendidikan saya. Setiap langkah dan pencapaian yang saya raih tidak akan pernah terwujud tanpa dukungan kalian.
10. Kepada teman-teman kuliah terutama Ahmad Fikri Hazami, Rendra Aryandi Dharmaputra, Sharira Bagas Rabbani, Muhammad Raihan Maulidi, Zidane Satriandi Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada teman-teman kuliah yang telah bersama saya sejak semester 1. Dari awal perjalanan ini hingga akhir, kalian semua telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup dan akademik saya.

Jakarta, 17 Februari 2025



Ahmad Fajar Maulana

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA .....	8
A. Teori yang terkait dengan variable penelitian.....	8
1. Pemasaran .....	8
2. Kualitas Produk.....	11
3. Persepsi Harga.....	13
4. Promosi .....	14
5. Keputusan Pembelian.....	15
B. Keterkaitan Antara Variabel Penelitian .....	17

C. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
D. Kerangka Analisis.....	22
E. Hipotesis.....	24
BAB III .....	25
METODE PENELITIAN.....	25
A. Objek Penelitian.....	25
B. Data Penelitian .....	25
C. Definisi Operasional Variabel.....	28
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	29
BAB IV .....	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
A. Hasil Penelitian .....	35
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	35
2. Karakteristik Responden .....	36
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	40
4. Uji Instrument .....	45
5. Uji Asumsi Klasik.....	48
6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
7. Uji Kelayakan Model .....	54
B. Pembahasan.....	57
BAB V.....	59
KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	61

## DAFTAR TABEL

### DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 .....	2
Pangsa pasar sepatu olahraga adidas di DKI Jakarta 2021-2023.....	2
Tabel 2.1 .....	19
Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 .....	28
Pengukuran Skala Likert.....	28
Table 3.2 .....	28
Definisi Operasional Varibel .....	28
Tabel 4.1 .....	37
Karakteristik Responden Bedasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.2 .....	38
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.3 .....	39
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.4 .....	40
Skala Likert.....	40
Tabel 4.5 .....	41
Rata-Rata Skor Mean Kualitas Produk.....	41
Tabel 4.6 .....	42
Rata-Rata Skor Mean Persepsi Harga.....	42
Tabel 4.7 .....	43
Rata-Rata Skor Mean Promosi .....	43
Tabel 4.8 .....	44
Rata-Rata Skor Mean Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.9 .....	45
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	45
Tabel 4.10 .....	46
Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X2).....	46
Tabel 4.11 .....	46
Hasil Uji Validasi Promosi (X3).....	46
Tabel 4.12 .....	47

Uji Validasi Keputusan Pembelian (Y) .....	47
Tabel 4.13 .....	48
Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.14 .....	49
Hasil Uji Normalitas .....	49
Tabel 4.15 .....	50
Hasil Uji Multikolinearitas .....	50
Tabel 4.16 .....	51
Hasil Uji Autokorelasi .....	51
Tabel 4.17 .....	52
Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52
Tabel 4.18 .....	53
Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	53
Tabel 4.19 .....	54
Hasil Uji F .....	54
Tabel 4.20 .....	55
Hasil Uji Koefisiensi Determinasi R <sup>2</sup> .....	55
Tabel 4.21 .....	56
Hasil Uji t .....	56



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	23
Kerangka Analisis.....	23
Gambar 4.1.....	37
Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.2.....	38
Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Gambar 4.3.....	39
Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Responden.....	65
LAMPIRAN 2 Tabulasi Jawaban Responden .....	71
LAMPIRAN 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAMPIRAN 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	84
LAMPIRAN 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	85
LAMPIRAN 6 Hasil Uji Kelayakan Model.....	85

