

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN  
BERSERAT FIBE MINI DI JAKARTAXBEAUTY**

**TUGAS AKHIR**

**RENDY ALIEFHIA NURANNISA**

**223402426419**



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

**JAKARTA**

**2025**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN  
BERSERAT FIBE MINI DI JAKARTAXBEAUTY**

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

**RENDY ALIEFHIA NURANNISA**

**223402426419**



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

**JAKARTA**

**2025**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN BERSERAT FIBE MINI DI JAKARTAXBEAUTY**

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

Jakarta, 20 Juli 2025



Rendy Aliefhia Nurannisa

223402426419

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Berserat Fibe Mini Di Jakartaxbeauty

Nama : Rendy Aliefhia Nurannisa

NPM : 223402426419

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



Jakarta : 30 Agustus 2025

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Berserat Fibe Mini Di Jakartaxbeauty

Nama : Rendy Aliefhia Nurannisa

NPM : 223402426419

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



## ABSTRAK

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN BERSERAT FIBE MINI DI JAKARTA X BEAUTY**

Oleh:

Rendy Aliefhia Nurannisa

223402426419

Tugas akhir ini di bimbing oleh Dr.E. Hasanudin, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk minuman berserat Fibe Mini di Jakarta X Beauty. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 110 responden yang merupakan pengunjung Jakarta X Beauty yang telah membeli dan mengonsumsi Fibe Mini. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (persepsi harga, kualitas produk, dan promosi) dengan variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Kualitas produk menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, diikuti oleh promosi dan persepsi harga. Temuan ini memberikan implikasi bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, terutama dalam meningkatkan kualitas produk dan memperkuat strategi promosi untuk menarik lebih banyak konsumen.

Kata kunci: Persepsi harga, Kualitas produk, Promosi, Keputusan pembelian, Fibe Mini, Jakarta X Beauty.

## ABSTRACT

### ***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTIONS, PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS ON MINI FIBRE BEVERAGE PRODUCTS AT JAKARTAXBEAUTY***

By:

*Rendy Aliefhia Nurannisa*

223402426419

*This final project was supervised by Dr.E. Hasanudin, S.E., M.M.*

*This study aims to analyse the effect of perceived price, product quality, and promotion on purchasing decisions for Fibe Mini fibre drink products at JakartaXBeauty. The research method used is quantitative with data collection techniques through distributing questionnaires to 110 respondents who are visitors to JakartaXBeauty who have bought and consumed Fibe Mini. Data analysis was carried out using multiple linear regression to determine the relationship between the independent variable (price perception, product quality, and promotion) and the dependent variable (purchase decision). The results showed that the three independent variables had a positive and significant influence on purchasing decisions, both partially and simultaneously. Product quality is the most dominant factor in influencing purchasing decisions, followed by promotion and price perception. These findings provide implications for companies in designing more effective marketing strategies, especially in improving product quality and strengthening promotional strategies to attract more consumers.*

*Keywords: Price perception, Product quality, Promotion, Purchase decision, Fibe Mini, JakartaXBeauty.*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala doa, anugerah, dan rahmat-Nya yang tak henti-hentinya diberikan kepada saya. Segala kemampuan yang dianugerahkan-Nya memungkinkan saya menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. tugas akhir ini membahas tentang “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Berserat Fibe Mini Di Jakartaxbeauty” dengan tujuan memenuhi persyaratan gelar Sarjana.

Dalam 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. Bapak Dr. Drs El Amry Bermawi Putera, M.A., Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Bapak Dr.E. Hasanudin, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan, arahan, kritik, dan saran yang berharga selama proses penulisan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen dan *staff* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
7. *Staff* Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
8. Kepada 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. Terima kasih atas segala dukungan yang sudah bapak dan mama berikan baik hal material maupun non material.

9. Teman-teman manajemen angkatan tahun 2018-2022 yang sudah memberikan *support* dan semangat
10. Semua pihak lain yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan. Namun, saya berharap dapat memberikan manfaat bagi mereka yang membutuhkannya di masa yang akan datang. Terima kasih kepada semua yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Terima kasih



## DAFTAR ISI

|                                                                  |      |
|------------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERNYATAAN .....                                          | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN .....                                         | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                          | iv   |
| ABSTRAK .....                                                    | v    |
| ABSTRACT .....                                                   | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                                             | vii  |
| DAFTAR ISI .....                                                 | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                                               | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                              | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                          | 1    |
| A. Latar Belakang .....                                          | 1    |
| B. Perumusan Masalah .....                                       | 4    |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....                           | 4    |
| 1. Tujuan Penelitian .....                                       | 4    |
| 2. Manfaat Penelitian .....                                      | 5    |
| BAB II .....                                                     | 6    |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                                           | 6    |
| A. Manajemen Pemasaran .....                                     | 6    |
| 1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....                          | 6    |
| B. Persepsi harga .....                                          | 7    |
| 1. Pengertian Persepsi Harga .....                               | 7    |
| 2. Indikator Persepsi Harga .....                                | 8    |
| C. Kualitas Produk .....                                         | 8    |
| 1. Pengertian Kualitas Produk .....                              | 8    |
| 2. Indikator Kualitas Produk .....                               | 9    |
| D. Promosi .....                                                 | 9    |
| 1. Pengertian Promosi .....                                      | 9    |
| 2. Indikator Promosi .....                                       | 10   |
| E. Keputusan Pembelian .....                                     | 10   |
| 1. Pengertian Keputusan Pembelian .....                          | 10   |
| 2. Indikator Keputusan Pembelian .....                           | 10   |
| F. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian .....                   | 11   |
| 1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....    | 11   |
| 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....   | 11   |
| 3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....           | 12   |
| G. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian ..... | 12   |

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| I. Hipotesis .....                                                      | 16 |
| BAB III .....                                                           | 17 |
| METODE PENELITIAN .....                                                 | 17 |
| A. Objek Penelitian .....                                               | 17 |
| B. Data Penelitian .....                                                | 17 |
| 1. Sumber Data dan Jenis Data .....                                     | 17 |
| 2. Populasi dan Sampel .....                                            | 18 |
| C. Definisi Operasional .....                                           | 20 |
| D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....                        | 21 |
| 1. Metode Analisis .....                                                | 21 |
| 2. Pengujian Instrument Penelitian .....                                | 22 |
| 3. Uji Asumsi Klasik .....                                              | 22 |
| 4. Analisis Regresi Linear Berganda .....                               | 23 |
| 5. Uji Kelayakan Model .....                                            | 24 |
| BAB IV .....                                                            | 26 |
| HASIL PENELITIAN .....                                                  | 26 |
| A. Hasil Penelitian .....                                               | 26 |
| 1. Deskripsi Objek Penelitian .....                                     | 26 |
| 2. Karakteristik Responden .....                                        | 27 |
| 3. Analisis Deskriptif .....                                            | 30 |
| 4. Hasil Uji Instrumen Data .....                                       | 33 |
| 5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....                                        | 35 |
| 6. Hasil Uji Regresi Liner Berganda .....                               | 38 |
| 7. Hasil Pengujian Hipotesis .....                                      | 39 |
| 8. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....                                | 39 |
| 9. Hasil Uji t .....                                                    | 40 |
| B. Pembahasan .....                                                     | 41 |
| 1. Pengaruh Variabel Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....  | 41 |
| 2. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 42 |
| 3. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....         | 43 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| BAB V .....                | 44 |
| KESIMPULAN DAN SARAN ..... | 44 |
| A. Kesimpulan .....        | 44 |
| B. Saran .....             | 45 |
| DAFTAR PUSTAKA .....       | 46 |
| LAMPIRAN .....             | 49 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Data Minuman Fiber Terpopuler Tahun 2024 di Jakarta X Beauty ..... | 2  |
| Tabel 2. 1 Penelitian Sesuai Sebagai Rujukan.....                             | 12 |
| Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....                                       | 19 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional .....                                         | 20 |
| Tabel 4. 1 Responden Jenis Kelamin.....                                       | 27 |
| Tabel 4. 2 Responden Usia .....                                               | 28 |
| Tabel 4. 3 Responden Pendidikan.....                                          | 29 |
| Tabel 4. 4 Tabel Interval Tanggapan Responden.....                            | 30 |
| Tabel 4. 5 Mean Persepsi Harga .....                                          | 30 |
| Tabel 4. 6 Mean Kualitas Produk .....                                         | 31 |
| Tabel 4. 7 Mean Promosi .....                                                 | 31 |
| Tabel 4. 8 Mean Keputusan Pembelian .....                                     | 32 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas .....                                          | 33 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas .....                                        | 34 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas .....                                        | 35 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolineritas .....                                  | 36 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                               | 37 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi .....                                      | 37 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Liner Berganda.....                             | 38 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....                                                  | 39 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....                              | 40 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....                                                  | 40 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Analisis.....       | 15 |
| Gambar 4. 1 Responden Jenis Kelamin..... | 27 |
| Gambar 4. 2 Responden Usia .....         | 28 |
| Gambar 4. 3 Responden Pendidikan .....   | 29 |

