

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI PENJUALAN DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
SEPATU ADIDAS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

**TUGAS AKHIR**

**ELANG PRAMUDYA BOEDY GUMILANG**

**183112340250023**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2022**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nasional

Oleh :

**ELANG PRAMUDYA BOEDY GUMILANG**

**1831123340250023**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2022**

## LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI PENJUALAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU ADIDAS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

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

Jakarta, 10 Agustus 2022



Elang Pramudya Boedy Gumilang

183112340250023

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI PENJUALAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU ADIDAS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

**Nama Mahasiswa : ELANG PRAMUDYA BOEDY GUMILANG**

**Nomor Pokok : 183112340250023**

**Program Studi : MANAJEMEN**



**Jakarta : 10 Agustus 2022**

LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Tugas Akhir** : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Nasional

**Nama Mahasiswa** : Elang Pramoedya Boedy Gumilang

**Nomor Pokok Mahasiswa** : 1831123340250023

**Program Studi** : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir

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

Mengetahui

Ketua Penguji

Anggota/Penguji

(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

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

Mengetahui

Dekan

(Kurnia Diggowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta : 10 Agustus 2022

Tanggal Lulus : 22 Agustus 2022

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI PENJUALAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK ADIDAS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

**Oleh : Elang Pramudya Boedy Gumilang**

**NPM : 183112340250023**

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi penjualan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas pada Mahasiswa Universitas Nasional. Populasi pada penelitian ini menggunakan tehnik *random sampling* yang mana populasi yang diambil berjumlah 96 orang dengan tingkat signifikansi 95% dan standar deviasi sebesar 25%. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 orang responden. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas pada Mahasiswa Universitas Nasional. Promosi penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas pada Mahasiswa Universitas Nasional. Persepsi harga penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas pada Mahasiswa Universitas Nasional.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Persepsi Harga dan Keputusan Penjualan**

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SALES PROMOTION, AND PRICE PERCEPTION ON THE PURCHASE DECISION OF ADIDAS BRAND SHOES FOR NATIONAL UNIVERSITY STUDENTS***

**By : Elang Pramudya Boedy Gumilang**

**NPM : 183112340250023**

Thesis, under supervised by Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M, Si. M

*This study aims to determine the effect of product quality, sales promotion, and price perception on the purchasing decisions of Adidas brand shoes on National University students. The population in this study used a random sampling technique where the population taken was 96 people with a significance level of 95% and a standard deviation of 25%. This study uses primary data with data collection methods through questionnaires distributed to 96 respondents. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26.0 program. The results showed that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions for Adidas brand shoes for National University students. Sales promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions for Adidas brand shoes for National University students. Perceptions of selling prices have a positive and significant effect on purchasing decisions for Adidas brand shoes for National University students..*

***Keywords: Product Quality, Sales Promotion, Price Perception, and Purchase Decisions***

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

- 1 Nama : Elang Pramudya Boedy Gumilang
- 2 Tempat, tanggal lahir : Jakarta 10 – 11 - 2000
- 3 Jenis Kelamin : Laki – Laki
- 4 Alamat : Jl. Pelita Rt.015/008 Tanah Kusir
- 5 No. Handphone : 081388075899
- 6 Status : Mahasiswa
- 7 Agama : Islam
- 8 Kewarganegaraan : Indonesia
- 9 Email : elang.jingga79@gmail.com

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

- 1 2006 – 2012 : SDN 02 PT PONDOK PINANG
- 2 2012 – 2015 : SMP HANG TUAH 2 SESKOAL
- 3 2015 – 2018 : SMK AL – FAJAR
- 4 2018 – Sekarang : UNIVERSITAS NASIONAL



Jakarta, 10 Agustus 2022

Elang Pramudya Boedy Gumilang

NPM. 183112340250023



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala syukur kepada Allah SWT, oleh karena anugerahnya yang melimpah dan besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI PENJUALAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU ADIDAS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL” disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Strata Satu (S-1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Nasional.

Proses penyusunan skripsi ini disesuaikan dengan teori, peraturan, tinjauan pustaka, serta survei secara langsung dan penerapannya dilakukan dengan menelaah peraturan yang ditentukan serta data yang tersedia dilapangan. Tidak lupa penulis sampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, 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. Resti Hardini, S.E., M.Si.. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M,Si,M. selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat berperan besar dalam menyelesaikan skripsi ini karena telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya untuk memberikan arahan, berbagi ilmu, petunjuk, dan bimbingan secara tulus

kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.

6. Orang Tua tercinta Ayah Budiono, Mamah Purnaningsih, Adik Jingga Boedy Anggraeni, yang telah memberi dukungan dan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
7. Kepada Kerabat penulis yang telah mendukung penuh yaitu Noni, Fillah, Wahyu, Piko, Raihan, Nanda, Dimas, Thaufiq, Bagas, Saep, Dapi, Reza, Keluarga Tikungan dan masih banyak lagi kerabat yang tidak bias di sebutkan satu per satu.

Dengan penuh kesadaran diri dan segala kerendahan hati, penulis menyadari skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan dan kesalahan penulisan maupun materi yang disajikan. Maka penulis berharap akan ada tindak lanjut berupa saran dan kritik yang membangun setelah penyusunan skripsi ini agar dapat bermanfaat untuk kita semua. Aamin.

**Wassalamualaikum Wr.Wb .**

**Jakarta, 10 Agustus 2022**



**Elang Pramudya Boedy Gumilang**

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL DALAM</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. Teori yang Terkait dengan Variable Penelitian.....	8
1. Pemasaran dan Konsep Pemasaran.....	8
2. Kualitas Produk.....	11
3. Promosi Penjualan.....	13
4. Persepsi Harga.....	15
5. Keputusan Pembelian Konsumen.....	16
B. Keterkaitan antar Variable Penelitian.....	17
C. Hasil penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian.....	17
D. Kerangka Analisis.....	21
E. Hipotesis.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
A. Objek dan Variabel Penelitian.....	23
1. Objek Penelitian.....	23
2. Variabel Penelitian.....	23
B. Data Penelitian.....	24
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	24
2. Populasi dan Sampel.....	25
3. Metode Pengumpulan Data.....	25

C. Definisi Operasional .....	26
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
A. Hasil Penelitian.....	33
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	33
2. Karakteristik Responden .....	37
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian .....	42
B. Pembahasan.....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Sepatu yang banyak digunakan pada tahun 2022 .....	3
Tabel 1.2 Top Brand Index Produk Sepatu Casual Tahun 2020-2021 .....	4
Tabel 1.3 Pendapatan Adidas DAlam waktu2020-2022.....	4
Table 2.1 Hasil Penelitian Yang Sesuai Rujukan Peneliatian.....	18
Tabel 3.1 Bobot Nilai Untuk Setiap Jawaban .....	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	27
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester .....	40
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....	41
Tabel 4.6 Instrument Skala Likert.....	42
Tabel 4.7 Total Skor Mean Kualitas Produk (X1) .....	43
Tabel 4.8 Total Skor Mean Promosi Penjualan (X2) .....	45
Tabel 4.9 Total Skor Mean Persepsi Harga (X3).....	47
Tabel 4.10 Total Skor Mean Keputusan Pembelian (Y).....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.13 Uji Normalitas .....	52
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas .....	53
Tabel 4.15 Uji Glejser (Heteroskedastisitas) .....	54
Tabel 4.16 Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4.17 Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 4.18 Uji Anova .....	57
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (R2).....	58
Tabel 4.20 Uji t .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Analisis .....	21
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	39
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester .....	40
Gambar 4.6 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41

