

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERAB COFFE
BREWERY DI DEPOK**

TUGAS AKHIR

HARITS FAADHILAH

193402426111



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERAB COFFE
BREWERY DI DEPOK**

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

Oleh:

HARITS FAADHILAH

193402426111



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI PERSEPSI HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERAB COFFE
BREWERY DI DEPOK**

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, 17 Januari 2023



Harits Faadhilah

193402426111



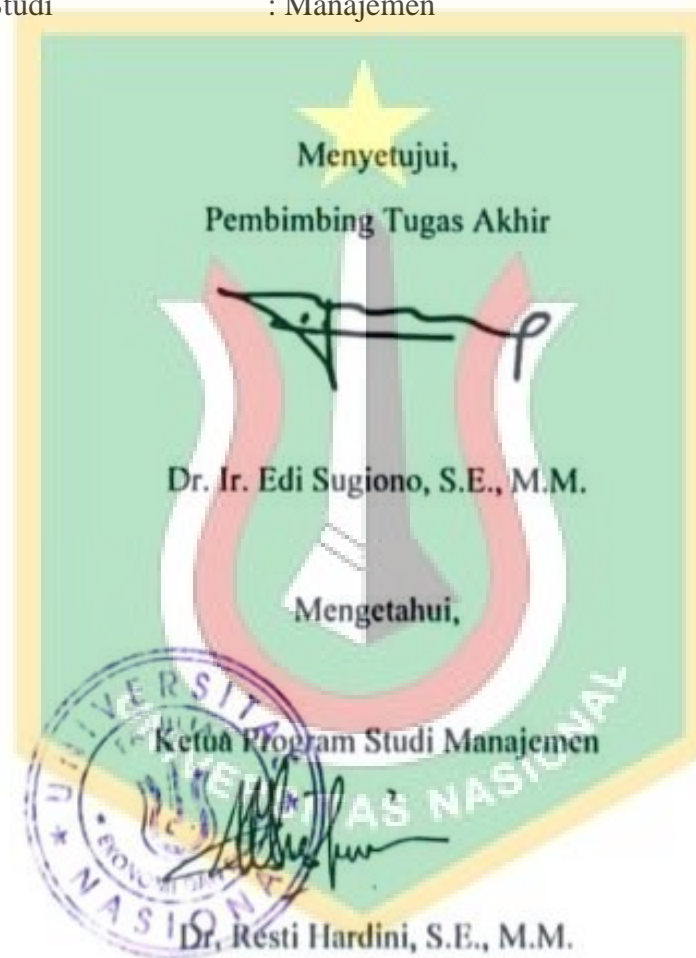
LEMBAR PERSEJUTUAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Persepsi
Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Serab Coffe Brewery Di Depok

Nama Mahasiswa : Harits Faadhilah

NPM : 193402426111

Program Studi : Manajemen



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Persepsi
 Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan
 Pembelian Serab Coffe Brewery Di Depok

Nama Mahasiswa : Harits Faadhilah

NPM : 193402426111

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
 Pembimbing Tugas Akhir,

Dr. Ir. Edi Sugiono, S.E., M.M.

Ketua Penguji

Anggota / Penguji

Kumba Digdowiseiso, S.E.,M.App.Ec.,Ph.D

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

Mengetahui



Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERAB COFFE
BREWERY DI DEPOK**

Oleh :

Harits Faadhilah

193402426111

Tugas akhir dibawah bimbingan Dr. Ir. Edi Sugiono, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian serab coffe brewery di depok. Metode pengambilan sampel yang digunakan ialah *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive sampling*. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan analisis inferensial dengan menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner tertutup kepada 100 responden dan data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda . Dari data-data yang telah memenuhi uji validita ,uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji kelayakan model maka diperoleh persamaan regresi. Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang diperlihatkan pada tabel coefficient dalam model persamaan regresi. Hasil uji kelayakan model yang diperlihatkan dengan nilai signifikan yang diperlihatkan pada tabel kelayakan model yang mengartikan model pada penelitian ini layak digunakan berdasarkan nilai signifikan yang diperoleh. Hasil kesimpulan hipotesis dengan uji t diperoleh nilai signifikan pada variabel kualiatas produk, variabel persepsi persepsi harga dan variabel promosi terhadap keputusan pembelian. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian, *serab coffe brewery* perlu memperhatikan dan mengetahui apa yang menjadi permasalahan karena dapat digunakan sebagai dasar untuk mengkoreksi kelemahan dan mempertahankan efektivitas melalui kualitas produk, pesepsi persepsi harga dan promosi dengan baik .

Kata kunci : kualitas produk, pesepsi persepsi harga,promosi dan keputusan pembelian

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND
PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF SERAB COFFE
BREWERY IN DEPOK**

By:

Harits Faadhilah

Npm: 193402426111

The Final Project Under Supervision of Dr. Ir. Edi Sugiono, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions of Serab Coffe Brewery in Depok. The sampling method used is Non-Probability Sampling with purposive sampling technique. This type of research uses descriptive quantitative methods and inferential analysis using primary data in the form of a closed questionnaire to 100 respondents and the data is analyzed using multiple linear regression analysis. From the data that has fulfilled the validity test, reliability test, classic assumption test and model feasibility test, the regression equation is obtained. The results of the regression analysis in this study show that there is a positive and significant influence on purchasing decisions, which is shown in the coefficient table in the regression equation model. The results of the model feasibility test are shown with a significant value shown in the model feasibility table which means the model in this study is feasible to use based on the significant value obtained. The results of the conclusion of the hypothesis with the t test obtained significant values on product quality variables, price perception variables and promotion variables on purchasing decisions. In an effort to improve purchasing decisions, Serab Coffee Brewery needs to pay attention and know what the problem is because it can be used as a basis for correcting weaknesses and maintaining effectiveness through good product quality, price perception and promotion.

Keywords: product quality, price, promotion and purchasing decisions

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

Nama : Harits Faadhilah
NPM : 193402426111
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Depok, 19 Desember 1995
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

SDS PELITA ATSIRI PERMAI 2001 - 2007
SMP NEGERI 2 BOJONG GEDE 2007 - 2010
MA NEGERI 13 JAKARTA SELATAN 2010 - 2013
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA 2013 - 2016
UNIVERSITAS NASIONAL 2019 - 2023

Demikian daftar riwayat hidup saya buat dengan sebenar-benarnya

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucap 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 Kualitas Produk, Persepsi harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serab Coffe Brewery Di Depok”** dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

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. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, 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. Ir. Edi Sugiono, 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 bias tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

7. Diri saya sendiri yang mampu kuat sampai titik ini ,mampu berjuang di tiap keadaan, mau bangkit di setiap kegagalan,mampu bertahan menjalankan suka dan dukanya kehidupan ini.
8. 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 berikan baik hal material maupun non material dan terima kasih untuk adik penulis yang sudah memberi dukungan, doa, dan lain sebagainya
9. Terima kasih kepada pihak-pihak lain yang telah memberikan semangat, ide dan referensi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Terima kasih kepada teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2019 serta fakultas lainnya atas pengalaman hidup yang berpersepsi harga.

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, maka penulis berterima kasih apabila di antara pembaca ada yang memberikan saran dan kritikan yang sifatnya membangun guna memperluas wawasan penulisan sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Manajemen Pemasaran.....	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
B. Kualitas Produk.....	9
1. Pengertian Kualitas Produk.....	9
2. Dimensi Kualitas Produk.....	10
3. Indikator Kualitas Produk.....	11
C. Persepsi harga.....	12
1. Pengertian Persepsi harga.....	12
2. Faktor – Faktor Persepsi harga.....	13
3. Tujuan Penetapan Persepsi harga.....	13
D. Promosi.....	14
1. Pengertian Promosi.....	14
2. Tujuan Promosi.....	15
3. Bentuk Promosi.....	15
4. Indikator Promosi.....	16

E. Keputusan Pembelian.....	16
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2. Tahap Keputusan Pembelian.....	17
3. Indikator Keputusan Pembelian.....	19
F. Hubungan Antar Variabel.....	19
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2. Pengaruh Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
G. Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Pengaruh Persepsi harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
Survey Pelanggan Produk Sprei Rise.....	22
H. Kerangka Analisis.....	23
I. Hipotesis.....	24
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
A. Objek Penelitian.....	25
B. Data Penelitian.....	25
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	25
2. Populasi dan sampel.....	25
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	27
C. Definisi Operasional Variabel.....	27
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	29
1. Metode Analisis.....	29
2. Uji Instrumen Penelitian.....	29
3. Uji Asumsi Klasik.....	30
4. Uji Regresi Berganda.....	31
5. Uji Kelayakan Model.....	32
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Penelitian.....	33

1. Deskripsi Data Penelitian.....	33
a. Sejarah serab	33
b. Visi & Misi serab	33
2. Karakteristik Responden.....	34
a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	36
3. Analisis Deskriptif	37
a. Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	37
b. Deskripsi Variabel Persepsi harga(X2).....	38
c. Deskripsi Variabel Promosi (X3).....	39
d. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	41
4. Hasil Uji Kelayakan Instrumen.....	42
a. Uji Validitas.....	42
b. Uji Reliabilitas.....	43
5. Uji Asumsi Klasik.....	44
a. Hasil Uji Normalitas.....	44
b. Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
c. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	46
d. Hasil Uji Auto Korelasi.....	47
6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47
7. Hasil Pengujian Hipotesis.....	49
a. Uji F (Uji Simultan).....	49
b. Hasil Uji Determinasi.....	50
c. Uji t (Uji Parsial).....	50
B. Pembahasan.....	52
1. Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
2. Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
3. Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
BAB V.....	55
KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
A. Kesimpulan.....	55

B. Saran.....	55
DAFTARPUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	60



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan menu bestseller dari Serab Coffe Brewery 2019-2021	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdakuhl	21
Tabel 3.1 Pengukuran Skor Skala Interval	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional	28
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	36
Tabel 4.4 Rekapitulasi Perhitungan Variabel Kualitas Produk	37
Tabel 4.5 Rekapitulasi Perhitungan Variabel Persepsi harga	38
Tabel 4.6 Rekapitulasi Perhitungan Variabel Promosi	40
Tabel 4.7 Rekapitulasi Perhitungan Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Auto Korelasi	47
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji T)	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Determinasi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.2 Kerangka Analisis	23
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Berdasarkan Usia	35
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	36
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46

