

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT  
WHITENING PADA KONSUMEN DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**SELVIA ANDRI**

**193402516084**



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT  
WHITENING PADA KONSUMEN DI JAKARTA SELATAN**

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

**Oleh :**

**SELVIA ANDRI**

**193402516084**



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

## LEMBAR PERNYATAAN

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

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING PADA KONSUMEN DI JAKARTA SELATAN**

Merupakan hasil penelitian penulis atau gagasan, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi 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, 25 Februari 2023



SELVIA ANDRI  
193402516084



**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI  
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING  
PADA KONSUMEN DI JAKARTA SELATAN**

**Nama Mahasiswa : SELVIA ANDRI**

**Nomor Pokok : 193402516084**

**Program Studi : MANAJEMEN**



**Jakarta, 24 November 2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI  
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING  
PADA KONSUMEN DI JAKARTA SELATAN**

**Nama Mahasiswa : SELVIA ANDRI**

**Nomor Pokok : 193402516084**

**Program Studi : MANAJEMEN**

**Menyetujui,**

**Pembimbing Tugas Akhir**

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

**Ketua Penguji,**

**anggota/penguji,**

**(Dr. I Made Adnyana, S.E., M.M)**

**( Dr. Irma Setyawati S, S.E., M.M)**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,**



**(Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)**

**Jakarta, 25 Februari 2023**

**Tanggal Lulus : 25 Februari 2023**

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING PADA KONSUMEN DI JAKARTA SELATAN**

Oleh :

Selvia Andri

NIM. 193402516084

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan dari hasil uji secara parsial terkait variable keputusan pembelian terhadap kualitas produk, persepsi harga, dan promosi berkaitan dengan keputusan pembelian dalam menggunakan merek *Scarlett Whitening* di Jakarta Selatan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif, jumlah sampel penelitian ini dikumpulkan dari konsumen di Jakarta Selatan, sebanyak 90 orang responden. menggunakan bantuan software SPSS ( *Statistical Program for Social Science* ) 29.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian pada konsumen, Persepsi harga secara parsial memiliki memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian pada konsumen, dan juga promosi secara parsial memiliki memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Jakarta Selatan

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

## **ABSTRACK**

### **THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND PROMOTION ON THE PURCHASING DECISION OF SCARLETT WHITENING PRODUCTS FOR CONSUMERS IN SOUTH JAKARTA**

By :

*Selvia Andri*

*NIM. 193402516084*

*The finas project under supervision of Dr Rayahu Lestari, SE., MM.*

*The purpose of this study was to determine the positive and significant influence of partial test results related to purchasing decision variables on product quality, price perception, and promotion related to purchasing decisions in using the Scarlett Whitening brand in South Jakarta. The study used quantitative methods, the number of samples of this study was collected from consumers in South Jakarta, as many as 90 respondents. using the help of SPSS software ( Statistical Program for Social Science ) 29.0. The results showed that: product quality partially has a positive and significant influence on purchasing decisions on consumers, price perception partially has a positive and significant influence on purchasing decisions on consumers, and also partial promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions on consumers in South Jakarta.*

**Keywords:** *Product Quality, Perceived Price, Promotion, Decision Purchase*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

1. Nama : Selvia Andri
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 04 September 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat Rumah : Jl Lap roos II Rt 11 Rw 05
5. No. Handphone : 081315400434
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : [Selviandriiii@gmail.com](mailto:Selviandriiii@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. 2007-2013 : SDN Bukit Duri 03
2. 2013-2016 : SMPN 265 Jakarta
3. 2016-2019 : SMA Dewi Sartika
4. 2019-2023 : Universitas Nasional



Jakarta, 25 Februari 2023

**SELVIA ANDRI**  
NPM. 193402516084



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis, dan Shalawat serta salam tidak lupa penulis ucapkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shalallaahu Alaihi Wassalaam atas hidayah, kelancaran, petunjuk, dan segala kemudahan yang telah engkau berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Konsumen di Jakarta Selatan”**.

untuk diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Sarjana Strata Satu jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan tugas akhir ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin berterima kasih 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 Wakil 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 sekaligus selaku Dosen Pembimbing yang memberikan arahan, ilmu, maupun saran yang bermanfaat dan berpengaruh positif dalam bimbingan serta kesabaran ibu terhadap saya dalam menjalani sebuah proses penyelesaian penulisan skripsi dengan baik dan benar.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Kepada seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Nasional yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa horman dan rasa terima kasih saya sebagai mahasiswa atas ilmu yang diberikan kepada saya dari semester awal sampai dengan saat ini.

6. Segenap staff sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang tidak bisa untuk saya sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih saya sebagai mahasiswa yang selalu melayani dengan baik
7. Kepada kedua orangtua, bapak Andri dan ibu Erna yang saya sayangi, Serta adik saya Olivia Andri, saya mengucapkan banyak terima kasih yang tidak henti-hentinya atas doa, semangat dan hal-hal lain yang telah diberikan kepada saya sehingga saya bisa sampai ke titik ini dengan penuh kebahagiaan.
8. Untuk nenek saya tercinta Nurlela yang selalu memberikan semangat, doa serta kasih sayangnya selama ini kepada saya
9. Kim taehyung dan BTS yang sudah memberikan saya semangat melalui lagu-lagunya.
10. Kepada teman-teman saya Liza, Risma, Sofia, dilla, Arsanti, Innes, Arfi, Ani, Izza, Nisa, Osha, Yolla, Risfa, Ikbal, Egar, Ilham yang selalu membantu dalam berbagai hal terima kasih juga atas kebersamaan kalian semua selama masa kuliah
11. Kepada Sahabat-sahabat saya Balqis, Midah, Rafa, Zakia, Lulu, Vania, Karisa, Sari, Karens yang menyemangati saya, selalu menghibur dan selalu membantu saya.
12. Kepada teman-teman Manajemen FEB Universitas Nasional angkatan 19 yang telah berbagi ilmu pengetahuannya beserta informasi selama masa perkuliahan berjalan.
13. Kepada semua pihak yang sudah membantu penulis dengan semangat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga kebaikan yang telah kalian semua berikan mendapatkan balasan dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Dengan keterbatasan ilmu serta pengalaman yang penulis miliki, mungkin Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan dengan kata lain jauh dari sempurna, maka dengan itu kesalahan dan kekurangan akan ditanggung pihak penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Hormat saya,



Selvia Andri  
193402516084

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (AWAL)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (AKHIR)	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN ABSTRAK	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI OLEH PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI OLEH PENGUJI	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
A. Manajemen Pemasaran.....	6
B. Kualitas Produk.....	9
C. Persepsi Harga.....	10
D. Promosi .....	11
E. Keputusan Pembelian.....	14
F. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....	16
1. Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	16
2. Hubungan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.....	16
3. Hubungan promosi terhadap keputusan pembelian.....	16
G. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	17
H. Kerangka Analisis .....	20
I. Hipotesis Penelitian.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Objek Penelitian .....	23
B. Data Penelitian .....	23
1. Sumber dan Jenis Data .....	23
2. Populasi dan Sampel .....	24
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	25
C. Operasional Variabel Penelitian.....	26
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
A. Hasil Penelitian .....	35
1. Deskripsi Statistik.....	35
2. Karakteristik Responden .....	37
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	43

B. Pembahasan.....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target dan Penjualan <i>Scarlett Whitening</i> Perbulan Agustus – Desember 2021 .....	3
Tabel 2.1 Rujukan Penelitian .....	18
Lanjutan Tabel 2.1 Tabel Rujukan Penelitian.....	19
Tabel 3.1 Skor Jawaban Kuesioner.....	26
Tabel 3.2 Rangkuman Definisi Operasional Variabel .....	27
Lanjutan Tabel 3.2 Rangkuman Definisi Operasional Variabel .....	28
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	38
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	39
Tabel 4. 3 Pendidikan Responden.....	40
Tabel 4. 4 Keputusan Pembelian Responden.....	41
Tabel 4. 5 Pernah Melakukan Pembelian.....	42
Tabel 4. 6 Average Total Mean Kualitas Produk.....	43
Tabel 4. 7 Average Total Mean Persepsi Harga.....	44
Tabel 4. 8 Average Total Mean Promosi .....	45
Tabel 4. 9 Average Total Mean Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas .....	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji AutoKorelasi .....	50
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	51
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4. 19 Hasil Hipotesis (Uji t) .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penjualan Scarlet 5 bulan terakhir tahun 2021 .....	14
Gambar 2.2 Kerangka Analisis .....	21
Gambar 4. 1 logo Scarlett Whitening.....	36
Gambar 4. 2 produk scarlett Whitening .....	37
Gambar 4. 3 jenis kelamin responden .....	38
Gambar 4. 4 usia responden .....	39
Gambar 4. 5 pendidikan responden .....	40
Gambar 4. 6 keputusan pembelian .....	41
Gambar 4. 7 Pernah Melakukan Pembelian.....	42

