

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PRODUK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**TUGAS AKHIR**

**ZAHARA PARDIANSAH**

**183112340240067**



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

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK  
SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI UNIVERSITAS  
NASIONAL**

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

**Oleh :**

**ZAHARA PARDIANSAH**

**183112340240067**



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

## LEMBAR PERNYATAAN

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

**“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI UNIVERSITAS NASIONAL”**

Merupakan gagasan ataupun hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang dipakai sudah dinyatakan secara jelas dan bisa diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 5 Agustus 2023



ZAHARA PARDIANSAH

183112340240067

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI UNIVERSITAS NASIONAL.”**

Nama Mahasiswa : **ZAHARA PARDIANSAH**

Nomor Pokok : **183112340240067**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Menyetujui  
Pembimbing Skripsi

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

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Kesti Hardini, S.E., M.Si.

Jakarta: .....2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : "PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI UNIVERSITAS NASIONAL."


Nama Mahasiswa : ZAHARA PARDIANSARI  
Nomor Pokok : 183112340240067  
Program Studi : MANAJEMEN

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

Menyetujui,  
Pembimbing Skripsi

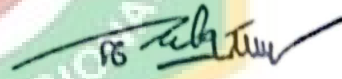
  
Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

Ketua Penguji,



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

Anggota/Penguji



Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan,



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

Jakarta:

Tanggal Lulus :

## ABSTRAK

### “ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING STUDI KASUS PADA MAHASISWI UNIVERSITAS NASIONAL.”

Oleh :

Zahara Pardiansah

NPM : 183112340240067

Tugas akhir skripsi, dibawah ini bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

Motivasi di balik penelitian ini yakni untuk menguji dampak kemajuan pada pilihan pembelian, dampak kualitas barang pada pilihan pembelian, dan dampak biaya pada pilihan pembelian pada produk Scarlett Whitening, sebuah studi kontekstual dari mahasiswa UNAS. Metodologi yang dipakai pada penelitian ini yakni metodologi kooperatif. Populasi pada penelitian ini yakni seluruh mahasiswa UNAS berjumlah 1.102 individu sedangkan tes yang sudah ditentukan menambahkan hingga 100 individu memakai persamaan slovin. Metode pengumpulan informasi pada penelitian ini memakai strategi polling. Strategi pengujian informasi dalam tinjauan ini memakai Uji Asumsi Klasik, Regresi Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Sampai tingkat tertentu, kemajuan memengaruhi pilihan pembelian. Untuk beberapa derajat kualitas barang memengaruhi pilihan pembelian. Sampai tingkat tertentu, biaya memengaruhi pilihan pembelian. Pada saat yang sama kemajuan, kualitas item dan pilihan pembelian dampak biaya untuk produk Scarlett Whitening untuk mahasiswa UNAS.

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

## ABSTRACT

**“ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CONSUMER PURCHASE  
DECISION ON WHITENING SCARLETT PRODUCTS  
CASE STUDY ON UNIVERSITY STUDENTS  
UNIVERSITAS NASIONAL.”**

By :

Zahara Pardiansah

NPM : 183112340240067

*Final thesis work, under the guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.*

*The motivation behind this study was to test the impact of progress on purchasing choices, the impact of quality of goods on purchase choices, and the impact of costs on purchase choices of Scarlett Whitening products, a contextual study of UNAS students. The methodology used in this study is a cooperative methodology. The population in this study were all UNAS students totaling 1,102 individuals while the predetermined test adds up to 100 individuals using the slovin equation. The method of collecting information in this study uses a polling strategy. The information testing strategy in this review uses the Classical Assumption Test, Multiple Regression, Hypothesis Testing (t Test and F Test), and Coefficient of Determination. To some extent, progress affects purchase choices. To some degree the quality of goods affects purchase choices. To some extent, costs influence purchase choices. At the same time progress, item quality and purchase choices impact costs for Scarlett Whitening products for UNAS students.*

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

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. DATA PRIBADI

Nama : Zahara Pardiansah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 14 November 2000  
Alamat : Jl. Duren Tiga Barat VI RT.006/002, Jakarta Selatan  
Status : Menikah  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
No.Telp/Hp : 0812-1013-2685  
Email : [zaharaparadiansah@gmail.com](mailto:zaharaparadiansah@gmail.com)

### B. Data Pendidikan Formal

| No | Pendidikan             | Tempat  | Tahun     |
|----|------------------------|---------|-----------|
| 1  | SDN 06 Bangka          | Jakarta | 2006-2012 |
| 2  | SMPN 124 Jakarta       | Jakarta | 2012-2015 |
| 3  | SMKN 28 Cilandak Barat | Jakarta | 2015-2018 |
| 4  | Universitas Nasional   | Jakarta | 2018-2023 |



## KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,**

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang sudah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “ **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI UNIVERSITAS NASIONAL**” dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini yakni untuk memenuhi satu dari 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 bisa diatasi dengan baik. Oleh sebab 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 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. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang sudah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan;
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional Khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang sudah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga

bisa 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. Ayah dan mamah yang sudah membesarkan penulis, mendukung segala kegiatan penulis, memberikan motivasi dan semangat kepada penulis, mendengarkan segala keluh kesah penulis dan doa untuk penulis;
9. Terima kasih atas segala dukungan yang sudah ayah dan mamah berikan baik hal material maupun non material dan terima kasih untuk suami penulis yang sudah memberi dukungan, doa, dan lain sebagainya;
10. Teman-Teman saya, Yang sudah membantu selama perkuliahan sampai menyusun tugas akhir , serta mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai;
11. Terima kasih kepada pihak-pihak lain yang sudah memberikan semangat, ide dan referensi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini;
12. Terima kasih kepada teman-teman Manajemen tahun 2018,2019 dan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2018,2019 dan 2020,2021,2022,2023 serta fakultas lainnya atas pengalaman hidup yang berharga;

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis berharap bisa memberikan manfaat yang baik, serta menjadi amanah dalam perjalanan pengetahuan. Penulis menyadari bahwasanya penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, maka penulis berterima kasih apabila di diantara pembaca ada yang memberikan saran ataupun kritikan yang siftnya membangun guna memperluas wawasan penulisan sebagai proses pembelajaran diri.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb**

Jakarta

Penulis

## DAFTAR ISI

|  |           |
|--|-----------|
| LEMBAR PERNYATAAN.....                                   | i         |
| LEMBAR PERSETUJUAN.....                                  | ii        |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                  | iii       |
| ABSTRAK.....   | iv        |
| ABSTRACT.....  | v         |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....                                | vi        |
| KATA PENGANTAR .....                                     | vii       |
| DAFTAR ISI.....  | 9         |
| DAFTAR TABEL.....  | 14        |
| DAFTAR GAMBAR .....                                      | 15        |
| BAB 1 PENDAHULUAN .....                                  | 1         |
| <b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>                   | <b>1</b>  |
| <b>B. Rumusan Masalah.....</b>                           | <b>8</b>  |
| <b>C. Tujuan Penelitian.....</b>                         | <b>9</b>  |
| <b>D. Kegunaan Penelitian.....</b>                       | <b>9</b>  |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....                             | 10        |
| <b>2.1 Definisi konsep.....</b>                          | <b>10</b> |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran.....                           | 10        |
| 2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran .....                     | 11        |
| <b>2.3 Keputusan Pembelian ( Y ) .....</b>               | <b>11</b> |
| 2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian.....                  | 11        |
| 2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ..... | 12        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>A) Faktor Internal</b> .....                                  | <b>12</b> |
| <b>B) Faktor Eksternal</b> .....                                 | <b>12</b> |
| 2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian .....                        | 13        |
| <b>2.4 Promosi (X1)</b> .....                                    | <b>14</b> |
| 2.4.1 Definisi Promosi .....                                     | 15        |
| 2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....                      | 15        |
| 2.4.3 Indikator Promosi.....                                     | 16        |
| <b>2.5 Kualitas Produk (X2)</b> .....                            | <b>17</b> |
| 2.5.1 Definisi Kualitas Produk.....                              | 17        |
| 2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....             | 17        |
| 2.5.3 Indikator Kualitas Produk .....                            | 18        |
| <b>2.6 Persepsi Harga (X3)</b> .....                             | <b>19</b> |
| 2.6.1 Definisi Persepsi Harga.....                               | 19        |
| 2.6.2 Faktor Yang Mempengaruhi Harga .....                       | 19        |
| 2.6.3 Indikator Persepsi Harga.....                              | 20        |
| <b>2.7 Keterkaitan antara variable penelitian</b> .....          | <b>20</b> |
| 2.7.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli .....          | 21        |
| 2.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 21        |
| <b>2.8 Kerangka Analisis</b> .....                               | <b>22</b> |
| 2.8.1 Penelitian Terdahulu .....                                 | 23        |
| <b>2.9 Hipotesis</b> .....                                       | <b>27</b> |
| <b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....                             | <b>29</b> |
| <b>3.1 Objek Penelitian</b> .....                                | <b>29</b> |
| <b>3.2 Subjek Peneliti</b> .....                                 | <b>29</b> |
| <b>3.3 Definisi Operasional</b> .....                            | <b>29</b> |
| 3.2.5 Tempat Penelitian.....                                     | 31        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>3.3 Populasi dan Sampel.....</b>           | <b>31</b> |
| 3.3.1 Populasi.....                           | 31        |
| 3.3.2 Sampel.....                             | 31        |
| <b>3.5 Teknik Pengumpulan Data .....</b>      | <b>32</b> |
| <b>a. Data Primer .....</b>                   | <b>32</b> |
| <b>b. Data Sekunder .....</b>                 | <b>32</b> |
| <b>3.6 Uji Instrumen Penelitian .....</b>     | <b>33</b> |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                     | 33        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                  | 33        |
| <b>3.7 Teknik Analisis Data.....</b>          | <b>34</b> |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif .....               | 34        |
| 3.7.2 Analisis Inferensial.....               | 35        |
| <b>3.8 Uji Asumsi Klasik.....</b>             | <b>35</b> |
| <b>1. Uji Normalitas .....</b>                | <b>35</b> |
| <b>2. Uji Multikolinearitas.....</b>          | <b>35</b> |
| <b>3. Uji Heteroskedastisitas .....</b>       | <b>36</b> |
| 3.8.1 Regresi Linier Berganda .....           | 36        |
| 3.8.2 Uji Hipotesis .....                     | 37        |
| <b>BAB 4 HASIL PENELITIAN .....</b>           | <b>39</b> |
| <b>4.1 Hasil Penelitian.....</b>              | <b>39</b> |
| 4.1.1 Deskripsi Penelitian .....              | 39        |
| 4.1.2 Karakteristik Identitas Responden ..... | 39        |
| 4.1.3 Deskripsi Variabel.....                 | 1         |
| 1. Keputusan Pembelian .....                  | 41        |
| 2. Promosi.....                               | 42        |
| 3. Kualitas Produk .....                      | 43        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4. Harga.....  | 44        |
| 4.2 Analisis .....   | 45        |
| 4.2.1 Uji Validitas .....                                      | 45        |
| 4.2.2 Uji Reliabilitas .....                                   | 46        |
| 4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....                                   | 47        |
| 1. Uji Normalitas .....  | 47        |
| <b>Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....</b>                   | <b>48</b> |
| 2. Uji Multikolinearitas.....                                  | 48        |
| 3. Uji Heteroskedastisitas .....                               | 49        |
| <b>Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....</b>          | <b>49</b> |
| 4.2.4 Hasil Pengolahan Data .....                              | 49        |
| 1. Regresi Linear Berganda .....                               | 49        |
| 2. Uji t.....  | 51        |
| 1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....          | 51        |
| 2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....  | 52        |
| 3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....           | 52        |
| 3. Uji F .....   | 52        |
| 4. Koefisien Determinasi .....                                 | 53        |
| 4.3 Pembahasan .....   | 53        |
| 1. Promosi memengaruhi Keputusan Pembelian .....               | 53        |
| 2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. .... | 54        |
| 3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. ....           | 55        |
| 4. Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 55        |
| BAB 5 PENUTUP .....  | 57        |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 57        |
| 5.2 Saran .....  | 57        |



## DAFTAR TABEL

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| <b>Tabel 1. 1 Jenis Produk Scarlett Whitening</b> .....               | 4                                   |
| <b>Tabel 1. 2 Harga dan Jenis Promosi Scarlett Whitening</b> .....    | 6                                   |
| <b>Tabel 2. 1 Kerangka Analisis</b> .....                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu</b> .....                          | 24                                  |
| <b>Tabel 3. 1 Definisi Operasional</b> .....                          | 30                                  |
| <b>Tabel 3. 2 Item-Item dan Skor Penilaian</b> .....                  | 33                                  |
| <b>Tabel 4. 1 Pengukuran Skala Likert</b> .....                       | 39                                  |
| <b>Tabel 4. 2 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin</b> .....    | 39                                  |
| <b>Tabel 4. 3 Distribusi Responden Menurut Usia</b> .....             | 40                                  |
| <b>Tabel 4. 4 Daftar Pertanyaan Keputusan Pembelian</b> .....         | 41                                  |
| <b>Tabel 4. 5 Daftar Pertanyaan Promosi</b> .....                     | 42                                  |
| <b>Tabel 4. 6 Daftar Pertanyaan Kualitas Produk</b> .....             | 43                                  |
| <b>Tabel 4. 7 Daftar Pertanyaan Harga</b> .....                       | 44                                  |
| <b>Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan</b> .....        | 45                                  |
| <b>Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi</b> .....          | 45                                  |
| <b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk</b> ..... | 46                                  |
| <b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga</b> .....           | 46                                  |
| <b>Tabel 4. 12 Hasil Uji Realibilitas</b> .....                       | 47                                  |
| <b>Tabel 4. 13 Uji Multikolienaritas</b> .....                        | 48                                  |
| <b>Tabel 4. 14 Harsil Perhitungan Regresi Linear Berganda</b> .....   | 49                                  |
| <b>Tabel 4. 15 Hasil Perhitungan Uji T</b> .....                      | 51                                  |
| <b>Tabel 4. 16 Hasil Uji F</b> .....                                  | 52                                  |
| <b>Tabel 4. 17 Nilai R-Square</b> .....                               | 53                                  |



**DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 4. 1 Gambar Hasil Uji Normalitas..... 48**  
**Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskasdisitas ..... 49**

