

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA PRODUK FASHION BEKAS (*THRIFTING*) DI MEDIA  
INSTAGRAM OUTFIT OGUT)**

**TUGAS AKHIR**

IVANDI FADILA  
203402516178



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA PRODUK FASHION BEKAS (*THRIFTING*) DI MEDIA  
INSTAGRAM OUTFIT OGUT)**

**TUGAS AKHIR**

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

**Oleh:**

**IVANDI FADILA**  
**203402516178**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

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


### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PRODUK FASHION BEKAS (*THRIFTING*) DI MEDIA INSTAGRAM OUTFIT OGUT)**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta,



IVANDI FADILA  
NPM 203402516178



UNIVERSITAS NASIONAL

**LEMBAR PERSETUJUAN**


Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( STUDI PADA PRODUK FASHION BEKAS (THRIFTING) DI MEDIA INSTAGRAM OUTFIT OGUT )**

Nama Mahasiswa : **IVANDI FADILA**

Nomor Pokok : **203402516178**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

  
(Dr.E. Hasanudin, S.E.,M.M.)

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

Jakarta,


## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PRODUK FASHION BEKAS (THRIFTING) DI MEDIA INSTAGRAM-OUTFIT OGUT)**

Nama Mahasiswa : **IVANDI FADILA**  
Nomor Pokok : **203402516178**  
Program Studi : **MANAJEMEN**


Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional


Menyetujui  
Pembimbing Tugas Akhir,

  
(Dr. E. Hasanudin, S.E., M.M.)

Ketua/Penguji

Anggota/Penguji

  
(Dr. Andini Nurwulandari S.E., M.M.)

  
(Dita Nurul Aini Mustika Dewi S.E., M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



(Prof. Kumba Digdowisciso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Tanggal Ujian: 1 Maret 2024

Tanggal Lulus: 1 Maret 2024

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PRODUK FASHION BEKAS (*THRIFTING*) DI MEDIA INSTAGRAM OUTFIT OGUT)**

Oleh:

Ivandi Fadila

NPM: 203402516178

Tugas Akhir ini dibawah bimbingan Dr.E. Hasanudin,S.E.,M.M.

Kajian ini dilaksanakan agar bisa menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion Bekas (*THRIFTING*) di Media Instagram Outfit Ogut. Sampel pada kajian ini sebanyak 100 responden berdasarkan rumus Lemeshow. Data yang dimanfaatkan pada kajian ini berasal dari data primer yang dibantu oleh kuesioner yang telah disebar pada 100 orang responden. Terkait dengan penganalisisan datanya, kajian ini mempergunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda. Diketahui bahwasannya hasil yang diperoleh dalam kajian ini ialah kualitas pelayanan memberikan dampak yang baik untuk keputusan pembelian konsumen, persepsi harga memberikan dampak yang baik pada keputusan pembelian konsumen, dan kualitas produk memberikan dampak yang baik bagi keputusan pembelian konsumen. Maka dari itu hendaknya Pemilik Usaha Outfit Ogut harus lebih memberikan dampak lebih baik agar Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk bisa terus terjaga stabilitasnya untuk mencapai suatu Keputusan Pembelian dari konsumen.

**Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.**

## ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND  
PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS  
(STUDY ON USED FASHION PRODUCTS (THRIFTING) ON INSTAGRAM  
MEDIA OUTFIT OGUT)***

By:

Ivandi Fadila

NPM: 203402516178

*This Final Project is under the guidance of Dr.E. Hasanudin, S.E., M.M.*

*This study was conducted in order to analyze the Effect of Service Quality, Price Perception, and Product Quality on Purchasing Decisions on Used Fashion Products (THRIFTING) on Outfit Ogut Instagram Media. The sample in this study was 100 respondents based on the Lemeshow formula. The data utilized in this study comes from primary data assisted by questionnaires that have been distributed to 100 respondents. Regarding the data analysis, this study uses inferential analysis with multiple linear regression. It is known that the results obtained in this study are that service quality has a good impact on consumer purchasing decisions, price perceptions have a good impact on consumer purchasing decisions, and product quality has a good impact on consumer purchasing decisions. Therefore, the Ogut Outfit Business Owner should have a better impact so that Service Quality, Price Perception, and Product Quality can continue to maintain stability to achieve a Purchasing Decision from consumers.*

***Keywords: Service Quality, Price Perception, Product Quality, and Purchase Decision***

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, anugerah, berkah serta karunia-Nya yang tidak ada batasnya, karena atas petunjuk dan pertolongannya penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Fashion Bekas(*Thrifting*) di Media Instagram Outfit Ogut”. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Bidang Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

Dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan rintangan yang dihadapi. Akan tetapi berkat bantuan dari berbagai pihak, maka segala bentuk macam hambatan dan rintangan yang dihadapi bisa teratasi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti dengan tulus hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. 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.E. Hasanudin,S.E.,M.M. selaku pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan arahan dan membimbing dalam penulisan skripsi serta memotivasi penulis dimana akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan.
6. Segenap jajaran dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu, dan memberikan



dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

7. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
8. Untuk kedua orangtua penulis Bapak Saibih dan Ibu Ratna Sariani, terima kasih yang sebesar-besarnya atas setiap doa yang dipanjatkan, usaha, kesabaran, waktu, serta kasih sayang yang amat berlimpah kepada saya. Moral dan Materi yang engkau berikan menjadi modal untuk berjuang hingga akhir hayat nanti agar menjadi kebanggaan keluarga.
9. Untuk Kevin Putra S., Dayang Sangzakadiar, M. Rafly A.M., Syamil Khisham A., Ilham Nur F. Terimakasih telah membantu serta mensupport selama proses penulisan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam teknik penyusunan maupun dalam pembahasan. Demi kesempurnaan skripsi ini saran dan kritik yang sifatnya membangun amat penulis harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan bisa memberikan sumbangan yang berarti kepada pihak yang membutuhkan.

Terimakasih,

Wassalamualaikum Wr. Wb.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL (LUAR)</b>	
<b>HALAMAN SAMPUL (DALAM)</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>5</b>
<b>C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian</b> .....	<b>5</b>
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II</b> .....	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
<b>A. Manajemen Pemasaran</b> .....	<b>6</b>
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	6
2. Tujuan Manajemen Pemasaran .....	6
3. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	7
1. Kualitas pelayanan .....	9
2. Persepsi Harga .....	11
3. Kualitas Produk .....	13
4. Keputusan Pembelian .....	15
<b>B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian</b> .....	<b>18</b>
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	18
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	19

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	19
<b>C. Hasil Penelitian yang sesuai sebagai Rujukan Penelitian .....</b>	<b>20</b>
<b>D. Kerangka Analisis.....</b>	<b>22</b>
<b>E. Hipotesis.....</b>	<b>23</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>24</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
<b>A. Objek Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>B. Data Penelitian .....</b>	<b>24</b>
1. Sumber Data dan Jenis Data .....	24
2. Populasi dan Sampel .....	25
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	25
4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	26
a) Variabel Independen .....	26
b) Variabel Dependen.....	26
<b>C. Definisi Operasional.....</b>	<b>27</b>
<b>D. Metode Analisis .....</b>	<b>30</b>
1. Analisis deskriptif .....	30
2. Analisis inferensial.....	30
<b>Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>33</b>
1. Uji Simultan (Uji F) .....	33
2. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	34
3. Uji Hepotesis (Uji T) .....	34
<b>BAB IV.....</b>	<b>35</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>35</b>
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	35
2. Karakteristik Responden .....	36
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian .....	38
<b>B. Pembahasan.....</b>	<b>56</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>59</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>59</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>59</b>
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukam Penelitian.....	20
Tabel 3.1 Skala Interval .....	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	28
Tabel 4.1 Total Skor Mean Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....	39
Tabel 4.2 Total Skor Mean Variabel Persepsi Harga (X2) .....	40
Tabel 4.3 Total Skor Mean Variabel Kualitas Produk (X3) .....	41
Tabel 4.4 Total Skor Mean Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1) .....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X2) .....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3) .....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas .....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	48
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas .....	49
Tabel 4.12 Uji Autokorelasi .....	50
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastitas .....	51
Tabel 4.14 Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel 4.15 Uji F .....	53
Tabel 4.16 Uji R2 .....	52
Tabel 4.17 Uji t .....	55

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir.....2

Gambar 1.2 Statistik Data Penjualan Outfit Ogut.....4

Gambar 2.1 Kerangka Analisis .....22

Gambar 4.1 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan  
Jenis Kelamin .....36

Gambar 4.2 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan  
Usia .....37

