

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI  
JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**ANANDA BUDIARIYASENA**

**213402516322**



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

**2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI  
JAKARTA SELATAN**

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

**Oleh:**

**Ananda Budi Arivasena**

**213402516322**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN**

**2025**

## LEMBAR PERNYATAAN

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

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI JAKARTA SELATAN**

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, 5 Agustus 2025



Ananda Budi Ariyasena

NPM: 213402516322

UNIVERSITAS NASIONAL

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Ananda Budi Ariyasena**

Nomor Pokok : **213402516322**

Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr.Ian Zulfikar, M.Si.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Jakarta, Agustus 2025

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Ananda Budi Ariyasena**

Nomor Pokok : **213402516322**


Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

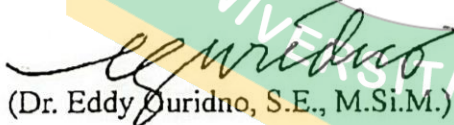
**Menyetujui**


**Pembimbing Tugas Akhir,**

  
(Dr. Ian Zulfikar, M.Si.)

**Ketua Penguji**

**Anggota/Penguji**

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

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

**Mengetahui**

**Dekan,**



  
(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta: Agustus 2025

Tanggal Lulus:.....2025

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI JAKARTA SELATAN

Oleh:

Ananda Budi Ariyasena

NPM: 213402516322

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr.Ian Zulfikar, M.Si.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow di wilayah Jakarta Selatan. Latar belakang penelitian berangkat dari kondisi persaingan industri skincare yang semakin ketat, sehingga perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi konsumen Glad2Glow di Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dan melibatkan 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Demikian pula, persepsi harga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel promosi juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan promosi merupakan faktor penting yang perlu menjadi perhatian perusahaan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi perumusan strategi pemasaran, khususnya pada industri skincare.

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

## ABSTRACT

### ***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PERCEIVED PRICE AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS FOR GLAD2GLOW PRODUCTS IN SOUTH JAKATA***

By:

Ananda Budi Ariyasena

NPM: 213402516322

Thesis, under the guidance Dr.Ian Zulfikar, M.Si.

*This study aims to examine the effect of product quality, perceived price, and promotion on purchasing decisions for Glad2Glow products in the South Jakarta area. The background of the research departs from the increasingly fierce competition in the skincare industry, so companies need to understand the factors that influence consumers in determining purchasing decisions. This study uses a quantitative approach with a population of Glad2Glow consumers in South Jakarta. The sampling technique was carried out using purposive sampling method and involved 100 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression methods with the help of SPSS version 25 software.*

*The results of this study indicate that the product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Likewise, price perception is proven to have a positive and significant influence on purchasing decisions. The promotion variable also has a positive and significant effect on purchasing decisions. Thus, it can be concluded that product quality, price perception, and promotion are important factors that need to be considered by companies in improving consumer purchasing decisions. This research is expected to make a practical contribution to the formulation of marketing strategies, especially in the skincare industry.*

**Keywords:** *Product Quality, Perceived Price, Promotion, Purchasing Decisions.*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmaullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan 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 PRODUK GLAD2GLOW DI JAKARTA SELATAN”** dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional.

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 Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M, 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 Hardani, S.E., M. Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Bapak Dr. Ian Zulfikar, M.Si, selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Seluruh Dosen Universitas Nasional Khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga dapat tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
8. Kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas kesehatan, serta kesempatan yang senantiasa dilimpahkan kepada saya dalam setiap langkah dan usaha yang telah dijalankan sehingga skripsi saya dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
9. Kepada kedua orangtua saya, Bapak Martono dan Ibu Sri Gayanti yang telah memberikan dukungan emosional, bantuan material, doa, dukungan dan pengertian serta fasilitas yang telah diberikan selama ini sehingga saya diberikan kemudahan dalam melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Teruntuk kaka-kakaku tersayang Andhika Budi Satriya Wibawa, S.A.B dan Annisa Budi Suciningtyas, S.T serta tidak lupa juga adik saya Adeliya Budi Ayu Kartika, terima kasih atas suport dan dukungan kepada penulis hingga sampai saat ini penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan mudah tanpa mengalami kendala.
11. Terima kasih untuk sahabat karib saya dari jaman SMA, Ahmad Kemal Hakim dan Muhammad Rezasyah, yang telah menemani saya dari suka maupun duka dan selalu menjadi teman yang memotivasi saya untuk tetap semangat dalam penulisan skripsi ini.
12. Terima kasih untuk sahabat saya Muhammad Rizki, S.M, dan kekasihnya Darti Muslimah, S.M, yang telah menjadi teman saya dari awal semester hingga saat ini serta mensupport dan menjadi teman curhat saya serta membantu penulisan tugas akhir ini hingga selesai.
13. Kepada teman seperjuangan saya "Sekawan" yang terdiri dari Muhammad Fathan Mubiina, Ilham dan Evry Geovani, yang telah menemani saya dalam masa perkuliahan, menjadi teman bermain dan tertawa bersama,

menjadi teman kelompok belajar, menjadi motivator saya dalam masa perkuliahan dan menjadi teman saya dalam mengerjakan skripsi ini bersama-sama hingga selesai.

14. Kepada sahabat-sahabat PMII Universitas Nasional, Leonid Bresznev Putra Dewanto, Achmad Fachrur Rozy, Izza Labiba, dan semua sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu namun tidak mengurangi rasa hormat saya. Terima kasih telah menerima saya dan berbagi ilmunya selama masa perkuliahan, serta memberikan motivasi dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.
15. Kepada teman-teman paduan suara UNAS, Alfarizky Esah Raffliansyah, Tegar Budiman, Alma Farrel Tirta, Mandala Anugrah dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat saya. Terima kasih atas dukungan maupun semangat selama penyusunan tugas akhir ini.
16. Teman-teman Manajemen angkatan 2019, 2020, 2021 dan 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Topik Hidayat, Muhammad Faiq Aldi Wisesa, Mirsyah Darani, Nazulia dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah menemani saya dan berbagi ilmunya selama masa perkuliahan, serta memberikan motivasi dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.
17. Serta pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga semua bantuan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang melimpah dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Penulis Menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini, baik dari segi teknis maupun isi pembahasan. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai segala saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan memberikan kontribusi yang berarti bagi para pembaca. Akhir kata, penulis

mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Wallahul Muwaffiq Ila Aqwamit Tharieq,

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 5 Agustus 2025

  
Ananda Budi Ariyasan



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)</b>	
<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB 1</b>	
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Pemasaran.....	12
B. Manajemen Pemasaran .....	12
C. Kualitas Produk.....	13
1. Pengertian Kualitas Produk .....	13
2. Dimensi Kualitas Produk.....	14
3. Indikator Kualitas Produk .....	16
D. Persepsi Harga .....	18
1. Pengertian Persepsi Harga.....	18
2. Dimensi Persepsi Harga.....	19
3. Indikator Persepsi Harga .....	20
E. Promosi .....	21

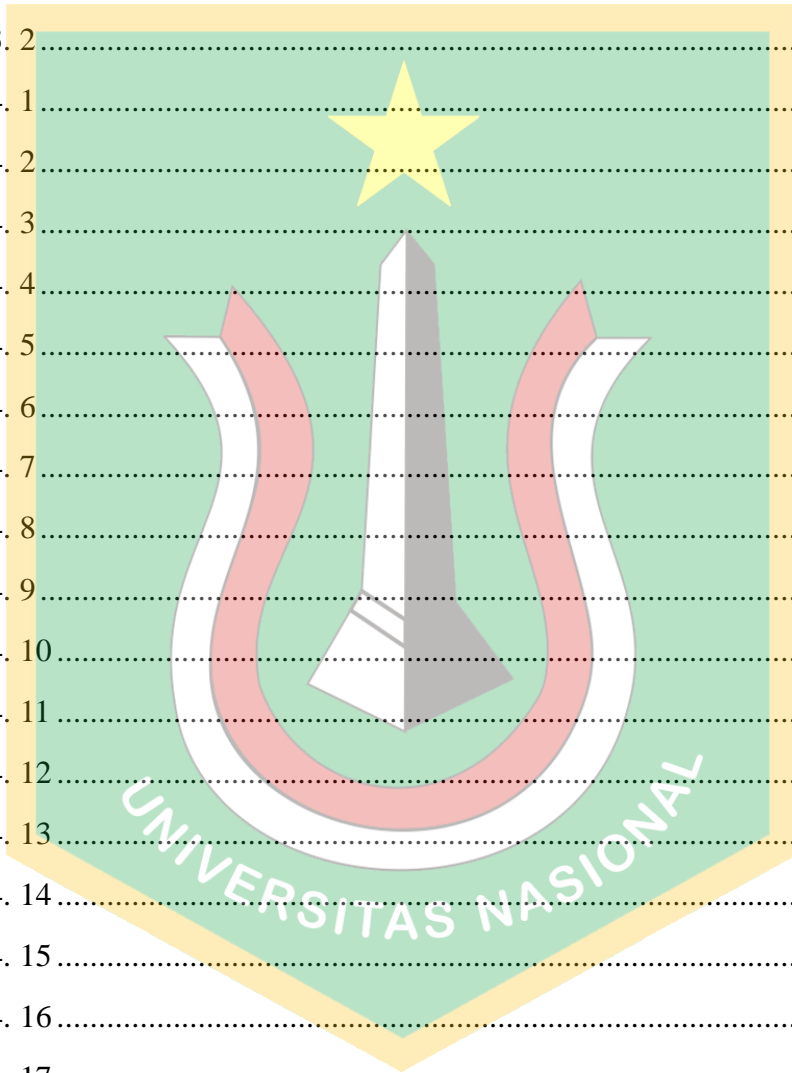
1.	Pengertian Promosi.....	21
2.	Dimensi Promosi.....	22
3.	Indikator Promosi .....	23
F.	Keputusan Pembelian .....	24
1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2.	Proses Keputusan Pembelian .....	24
3.	Dimensi Keputusan Pembelian.....	25
4.	Indikator Keputusan Pembelian .....	27
G.	Keterkaitan Antara Variabel yang Diteliti .....	29
1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
H.	Hasil penelitian yang sesuai sebagai rujukan peneliti.....	31
I.	Kerangka analisis .....	33
J.	Hipotesis .....	36
<b>BAB III</b>		
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>37</b>
A.	Objek Penelitian .....	37
B.	Data Penelitian .....	37
1.	Sumber Data dan Jenis Data.....	37
2.	Populasi dan Sampel .....	38
C.	Definisi Operasional Variabel .....	40
D.	Metode Analisis dan Penguji Hipotesis.....	42
1.	Metode Analisis .....	42
2.	Penguji Hipotesis .....	43
<b>BAB IV</b>		
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
A.	Hasil Penelitian .....	49
1.	Deskripsi Data Penelitian.....	49
2.	Karakteristik Responden.....	52
3.	Hasil Lengkap Estimasi Pembelian .....	58
B.	Pembahasan.....	78
1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
2.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	78

3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
<b>BAB V</b>	
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>88</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 .....	5
Tabel 2. 1 .....	31
Tabel 3. 1 .....	40
Tabel 3. 2 .....	40
Tabel 4. 1 .....	51
Tabel 4. 2 .....	53
Tabel 4. 3 .....	54
Tabel 4. 4 .....	55
Tabel 4. 5 .....	57
Tabel 4. 6 .....	58
Tabel 4. 7 .....	59
Tabel 4. 8 .....	60
Tabel 4. 9 .....	61
Tabel 4. 10 .....	62
Tabel 4. 11 .....	64
Tabel 4. 12 .....	66
Tabel 4. 13 .....	67
Tabel 4. 14 .....	69
Tabel 4. 15 .....	70
Tabel 4. 16 .....	72
Tabel 4. 17 .....	73
Tabel 4. 18 .....	75
Tabel 4. 19 .....	76
Tabel 4. 20 .....	77



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 .....	3
Gambar 2. 1 .....	35
Gambar 4. 1 .....	50
Gambar 4. 2 .....	53
Gambar 4. 3 .....	54
Gambar 4. 4 .....	56
Gambar 4. 5 .....	57
Gambar 4. 6 .....	68
Gambar 4. 7 .....	71



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 ..... 88

Lampiran 2 ..... 89

Lampiran 3 ..... 90

Lampiran 4 ..... 95

Lampiran 5 ..... 108

Lampiran 6 ..... 117

Lampiran 7 ..... 118

Lampiran 8 ..... 119

Lampiran 9 ..... 120

Lampiran 10 ..... 121

