

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK NIPIS MADU (*LIME SODA*) DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

MAULANA ISHAK FAUJAN

223402516226



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

JAKARTA

2026

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK NIPIS MADU (*LIME SODA*) DI JAKARTA SELATAN**

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

Oleh :

MAULANA ISHAK FAUJAN

223402516226



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

2026

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenarnya-sebenarnya bahwa segala pernyataan tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIPIS MADU (*LIME SODA*) 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 atau kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung penulis.

Jakarta, 10 Februari 2026



Maulana Ishak Faujan

NPM : 223402516226

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIPIS MADU (LIME SODA) DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : Maulana Ishak Faujan

Nomor Pokok : 223402516226

Program Studi : Manajemen



Jakarta, 10 Februari 2026

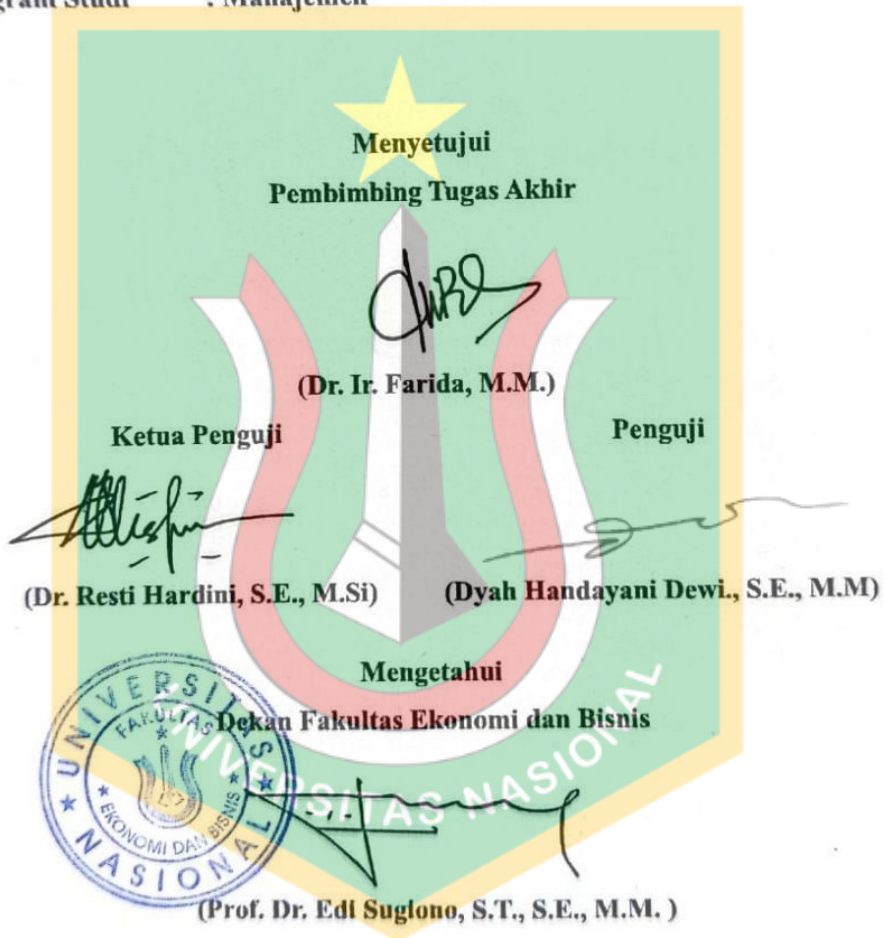
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIPIS MADU (LIME SODA) DI JAKARTA SELATAN

Nama Mahasiswa : Maulana Ishak Faujan

Nomor Pokok : 223402516226

Program Studi : Manajemen



Jakarta, 10 Februari 2026

Tanggal Lulus: 02 Maret 2026

ABSTRAK
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIPIS
MADU (*LIME SODA*) DI JAKARTA SELATAN**

Oleh:

Maulana Ishak Faujan

NPM. 223402516226

Tugas akhir ini dibimbing oleh Dr. Ir. Farida, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi digital terhadap keputusan pembelian produk Nipis Madu (*Lime Soda*) pada konsumen di Jakarta Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nipis Madu (*Lime Soda*) di Jakarta Selatan, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan perlu fokus pada peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang sesuai, serta penguatan strategi promosi digital guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nipis Madu (*Lime Soda*) pada konsumen di Jakarta Selatan. Persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nipis Madu (*Lime Soda*) pada konsumen di Jakarta Selatan. Selain itu, promosi digital juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nipis Madu (*Lime Soda*) pada konsumen di Jakarta Selatan.

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

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND DIGITAL PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS ON NIPIS MADU (LIME SODA) AMONG CONSUMERS IN SOUTH JAKARTA

By:

Maulana Ishak Faujan

NPM. 223402516226

This Final Project is Under the guidance of Dr. Ir. Farida, M.M.

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price perception, and digital promotion on purchase decisions of Nipis Madu (Lime Soda) among consumers in South Jakarta. The population of this study consists of consumers of Nipis Madu (Lime Soda) in South Jakarta, with a sampling technique using purposive sampling involving 100 respondents. Data were collected using a questionnaire method with a Likert scale. The data analysis technique employed multiple linear regression analysis using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) program.

The results of this study indicate that companies need to focus on improving product quality, setting appropriate prices, and strengthening digital promotion strategies in order to enhance consumers' purchase decisions. The findings show that product quality has a positive and significant effect on purchase decisions of Nipis Madu (Lime Soda) among consumers in South Jakarta. Price perception has a positive and significant effect on purchase decisions of Nipis Madu (Lime Soda) among consumers in South Jakarta. In addition, digital promotion also has a positive and significant effect on purchase decisions of Nipis Madu (Lime Soda) among consumers in South Jakarta.

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

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, dengan segala puji dan Syukur kepada kehadiran Allah SWT karena atas berkah dan rahmat-Nyalah penulis telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nipis Madu (*Lime Soda*) di Jakarta Selatan”.

Penulis menyadari tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa bimbingan, motivasi serta bantuan dari berbagai pihak yang berpartisipasi secara langsung ataupun tidak langsung. Pada kesempatan ini dengan rendah hati, penulis ingin mengucapkan banyak berterimakasih 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 Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku sekretaris program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNAS.
6. Ibu Dr. Ir. Farida, M.M. selaku pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan pengarahan, pengetahuannya dengan tulus dan motivasi serta saran-saran kepada penulis sampai selesainya skripsi ini.
7. Kepada segenap tenaga pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional sudah berkenan membina dan memberikan ilmunya yang tidak ternilai serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Nasional.
8. Kepada Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah membantu dan memberikan informasi kepada saya dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.

9. Kepada Bapak saya tercinta yaitu Bapak Kutbil Mubarak, terimakasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Sehat selalu dan Panjang umur Bapak.
10. Kepada Ibu saya tercinta yaitu Ibu Siti Khoeriyah yang telah melahirkan, memberikan kasih sayang dan cinta kepada penulis. Terimakasih untuk do'a yang beliau panjatkan selama ini sehingga penulis menyelesaikan studinya sampai sarjana. Sehat selalu dan Panjang umur Ibu.
11. Kepada adik-adik saya Dadan Wildan Faujan dan Eva Khoerunnisa terimakasih memberikan dukungan dan semangat.
12. Kepada saudara-saudara yang diberada dimanapun. Terimakasih penulis ucapkan atas dukungan dan semangatnya yang diberikan selama penyusunan skripsi ini.
13. Untuk Suwarto, Muhamad Raihan Desma, Ahmad Fikri Ariesta, Andi Muhammad Rivai, Ananda Hilalia, Najwa Nur Shafa, Milanisti Syahban, Stevani Mutiara Dewi, Zulfa Istifaada, Dhini Aulia Sari, Diony Daffa Firmansyah, Echa Zahra Fatrisya, Icha Dwi Cahyani, Risna Wardah FJ, Serta rekan-rekan penulis lainnya yang tidak bisa disebutkan. Terima kasih atas waktu momen, suka, duka yang telah dilalui bersama selama perkuliahan berlangsung. Semoga tali silaturahmi ini tidak mudah putus.
14. Kepada seluruh koresponden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.
15. Teman-teman Manajemen FEB Universitas Nasional Angkatan 2022 yang telah berbagi ilmu pengetahuan, memberi motivasi dan informasi selama masa perkuliahan berjalan.
16. Terima kasih kepada teman-teman UNASFEST Dept. SPC, Khususnya Icha, Aisyah, Hafids, Azriel, Arya, Farhan, Syilfa, Ningrum, Kesya, Hani, Nazwa, Faras, Reinata, dan Vivi, yang telah menjadi rekan seperjuangan selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, diskusi, canda serta semangat yang

diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kehadiran kalian memberikan warna tersendiri dan menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis.

17. Terima kasih kepada Adella yang sudah menjadi playlist dalam menemani penulis menyusun skripsi ini.
18. Serta semua yang telah memberikan bantuan dengan semangat yang tak terhingga kepada penulis, walaupun tidak dapat disebutkan satu per satu, diharapkan mendapat balasan yang baik dari Allah SWT atas kebaikan mereka.
19. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, berproses dan tidak menyerah hingga tahap ini. Terima kasih atas kesabaran dalam menghadapi berbagai keterbatasan atas keteguhan untuk terus melangkah meskipun sempat diliputi rasa lelah dan ragu, serta atas keberanian untuk menyelesaikan tugas akhir ini sampai tuntas. Pencapaian ini menjadi bukti bahwa setiap usaha, sekecil apa pun, memiliki arti dan layak untuk dihargai.

Demikian skripsi ini penulis buat. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak

Terima kasih

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 10 Februari 2026



Maulana Ishak Faujan

NPM. 223402516226

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL (LUAR)	
HALAMAN JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Teori Yang Terkait Dengan Variabel Penelitian.....	6
1. Manajemen Pemasaran.....	6
2. Pemasaran	6
3. Keputusan Pembelian.....	7
4. Kualitas Produk.....	10
5. Persepsi Harga.....	12

6. Promosi Digital	15
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	17
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	17
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	17
3. Pengaruh Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	19
D. Kerangka Analisis	23
E. Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Objek Penelitian.....	25
B. Data Penelitian	25
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	25
2. Populasi dan Sampel	26
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	27
C. Definisi Operasional Variabel.....	28
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	29
1. Metode Analisis.....	29
2. Uji Instrumen Penelitian.....	30
3. Uji Asumsi Klasik	30
4. Metode Analisis Inferensial.....	32
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
6. Uji Kelayakan Model	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian	36
1. Dekripsi Data Penelitian	36
2. Karakteristik Koresponden.....	36

3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	40
B. Pembahasan.....	57
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	57
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	58
3. Pengaruh Promosi Digital terhadap Keputusan Pembelian.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	65
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Penjualan Nipis Madu (<i>Lime Soda</i>) tahun 2025	1
Tabel 2. 1	Hasil Penelitian Sebagai Rujukan	19
Tabel 3. 2	Pengukuran Skala Likert	28
Tabel 3. 3	Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	36
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4. 4	Rata-Rata Total Skor Mean Kualitas Produk (X1)	40
Tabel 4. 5	Rata-Rata Total Skor Mean Persepsi Harga (X2)	41
Tabel 4. 6	Rata-Rata Total Skor Mean Promosi Digital (X3)	43
Tabel 4. 7	Rata-Rata Total Skor Mean Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4. 8	Uji Validitas	45
Tabel 4. 9	Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 10	Uji Normalitas	48
Tabel 4. 11	Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4. 12	Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4. 13	Uji Autokorelasi	51
Tabel 4. 14	Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4. 15	Uji F	53
Tabel 4. 16	Uji Koefisien Determinasi (R²)	54
Tabel 4. 17	Hipotesis Uji t	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	23
Gambar 4. 1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Usia	38
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Responden	66
Lampiran 2 : Data Tabulasi	71
Lampiran 3 : Output SPSS.....	81
Lampiran 4 : Tabel r	89
Lampiran 5 : Tabel Durbin Watson (DW)	92
Lampiran 6 : t-tabel	93
Lampiran 7 : Logbook	95
Lampiran 8 : Hasil Turnitin	96

