

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
SEPATU MEREK NIKE  
(Studi Pada Perusahaan Distributor Sepatu Shoe Vanue Kick Semarang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memnuhi sebagian syarat guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang



**Nama : Alfian Arya Nugraha**  
**N I M : 13.05.51.0132**  
**Program Studi : MANAGEMENT EKONOMI**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK  
SEMARANG**

**2019**

## HALAMAN PERSETUJUAN



Manuskrip Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
SEPATU MEREK NIKE  
(Studi Pada Perusahaan Distributor Sepatu Shoe Vanue Kick Semarang)**

Oleh:  
Alfian.Arya.Nugraha  
NIM: 13.05.51.0132  
Program Studi SI Manajemen  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank  
Semarang

Semarang, Agustus 2019

Dosen Pembimbing

(Dr. Euis Soliha, SE, M.Si)  
NIDN : 0027037101

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
SEPATU MEREK NIKE

(Studi Pada Perusahaan Distributor Sepatu Shoe Vanue Kick Semarang)

Oleh:

Alfian Arya.Nugraha

NIM: 13.05.51.0132.

Program Studi Strata Satu (S 1) Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendararan Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Saijana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal: ..... Agustus 2019

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing  
(Merangkap Penguji I)

(Dr. Euis Soliha, SE., M.Si)

NIDN: 0027037101

Penguji II

(Sri Sudarsi, SE, M.Si)

NIDN: 0616096301

Penguji II

(Ali Maskur, SE.M.KOM)

NIDN: 0618076401



(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si)

NIDN: 0027037101

NIDN: 0027037101  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : ALFIAN ARYA NUGRHA

NIM : 13.05.51.0132

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU MEREK NIKE (Studi Pada Perusahaan Distributor Sepatu Shoe Vanue Kick Semarang) tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, Agustus 2019

Yang menyatakan



(Alfian Arya Nugraha)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta. Papa Sunaryo dan Mama Yamsih yang senantiasa memberikan rasa cinta dan kasih sayangnya kepada saya. Berkat doa, dukungan dan motivasi dari mama dan papa selama ini, saya dapat menyelesaikan studi ini.
2. Ibu Dr. Euis Soliha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang dan selaku dosen pembimbing saya, yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
4. Semua pihak yang memberikan dukungan selama proses studi dan pembuatan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terimakasih untuk semuanya.

(Alfian                      Arya  
Nugraha)

## **MOTTO**

“ Sebaik-baik manusia adalah yang dapat memberikan manfaat kepada manusia lain”

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul " PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU MEREK NIKE (Studi Pada Perusahaan Distributor Sepatu Shoe Vanue Kick Semarang) ". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program Strata Satu (SI) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penulis menyadari dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, tentu tak lepas dari pengarahan, bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Safik Faozi, SH., M. Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang dan selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Sri Sudarsi. SE., M.Si selaku Ketua Program Studi SI Manajemen Universitas Stikubank Semarang
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang telah memberikan ilmu dan berbagi pengalaman kepada penulis. Sehingga ilmu dan pengalaman berharga yang penulis dapat selama duduk dibangku perkuliahan dapat penulis terapkan dan amalkan dengan sebaik-baiknya.
5. Orang tua tercinta yang selalu memberikan doa restu, perhatian, motivasi, dukungan, cinta, kasih sayang dan segalanya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Responden yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang penulis tawarkan

7. Semua pihak yang belum tercantum, yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir dari kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam upaya penyelesaian skripsi ini. Dan penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan tangan terbuka penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar pada penulisan -selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, Agustus 2019  
Penyusun

Alfian Arya Nugraha



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Dan Pembatasan Masalah.....	5
1.2.1. Perumusan Masalah.....	5
1.2.2. Pembatasan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Telaah Pustaka .....	8
2.1.1. Pemasaran .....	8
2.1.2. Keputusan Pembelian .....	9
2.1.2.1. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan .	10

2.1.2.2. Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	11
2.1.3. Kualitas Produk .....	13
2.1.4. Harga .....	20
2.1.5. Promosi .....	24
2.2. Penelitian Terdahulu (Empiris) .....	26
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	28
2.3.1. Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	28
2.3.2. Hubungan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian .	29
2.3.3. Hubungan Promosi Dengan Keputusan Pembelian .....	29
2.4. Model Penelitian .....	30
2.4.1. Model Grafis .....	30
2.4.2. Model Matematis .....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Obyek Penelitian .....	32
3.2. Jenis Penelitian .....	32
3.3. Populasi dan Sampel .....	33
3.3.1. Populasi .....	33
3.3.2. Pengambilan Sampel .....	33
3.4. Jenis, Sumber Dan Teknik Pengambilan Data .....	35
3.4.1. Jenis Data .....	35
3.4.2. Sumber Data .....	35
3.4.3. Teknik Pengambilan Data .....	35
3.5. Definisi Konsep Dan Operasional Variabel .....	36
3.6. Analisis Statistik Deskriptif .....	38
3.6.1. Deskripsi Responden .....	38
3.6.2. Deskripsi Variabel .....	38
3.7. Pengujian Instrumen Penelitian .....	39
3.7.1. Uji Validitas .....	39
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	39
3.8. Teknik Analisis Data .....	40

3.8.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.8.2. Uji Model .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1.Deskripsi Responden.....	42
4.2.Deskripsi Variabel.....	44
4.3.Pengujian Instrumen Penelitian.....	47
4.3.1. Uji Validitas.....	47
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	48
4.4.Teknik Analisis Data.....	49
4.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.4.2. Uji Model .....	51
4.4.2.1.Uji Simultan (Uji F).....	51
4.4.2.2.Koefien Determinasi ( $R^2$ ).....	51
4.4.3. Uji Hipotesis .....	52
4.5.Pembahasan.....	53
4.5.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.5.2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.5.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
<b>BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN</b>	
5.1.Kesimpulan .....	56
5.2.Keterbatasan.....	57
5.3.Implikasi.....	57
5.3.1. Implikasi Teoritis.....	57
5.3.2. Implikasi Manajerial .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkembangan Target Dan Realisasi Penjualan Sepatu Merek Nike Bulan Januari Hingga Juni 2019.....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1. Definisi Konsep Dan Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1. Deskripsi Responden.....	43
Tabel 4.2. Deskripsi Statistik Variabel Kualitas Produk.....	44
Tabel 4.3. Deskripsi Statistik Variabel Persepsi Harga .....	45
Tabel 4.4. Deskripsi Statistik Variabel Promosi .....	46
Tabel 4.5. Deskripsi Statistik Variabel Keputusan Pembelian .....	46
Tabel 4.6. Hasil Validitas Variabel Penelitian .....	48
Tabel 4.7. Hasil Reliabilitas Variabel Penelitian .....	49
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1. Model Penelitian .....	29
-----------------------------------	----