

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HERBORIST
(Studi Empiris Pada Konsumen PT. Victoria Care Indonesia Semarang)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank
Semarang**



Disusun Oleh :

**Nama : Novie Agung Trihandono
NIM : 13.05.51.0227
Program Studi : S1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UNIVERSITAS STIKUBANK
(UNISBANK) SEMARANG 2020**

HALAMAN PERSETUJUAN



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 KOSMETIK HERBORIST
(Studi Empiris Pada Konsumen PT. Victoria Care Indonesia Semarang)**

Oleh :

Novie Agung Trihandono

13.05.51.0227

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

Semarang, 25 Januari 2020

Dosen Pembimbing

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

NIDN : 0027037101

HALAMAN PENGESAHAN



Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HERBORIST
(Studi Empiris Pada Konsumen PT. Victoria Care Indonesia Semarang)**

Disusun oleh :

**Nama : Novie Agung Trihandono
NIM : 13.05.51.0227
Program Studi : S1 Manajemen**

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Pendarasan Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal :

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing

(Meringkap Penguji I)

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

NIDN : 0027037101

Penguji II

(Ali Maskur, SE., M.Kom)

NIDN : 0618076401

Penguji III

(Drs. Bambang Sutedjo, M.M)

NIDN : 0624036101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



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

NIDN : 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Novie Agung Trihandono

NIM : 13.05.51.0227

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP EPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HERBORIST” (Studi Empiris pada Konsumen PT. Victoria Care Indonesia 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 tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudiam 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, 25 Januari 2020

Yang Menyatakan,



(Novie Agung Tihandono)

MOTTO

“Jika kamu merasa hidupmu tidak baik maka ketahuilah, mungkin karen
SHOLATMU tidak baik.”

Allah SWT berfirman: “dan dirikanlah shola. Sesungguhnya sholat itu
mencegah dari (perbuatan-perbuatan) keji dan mungkar”

~QS : Al Ankabut : 45~

“Sebaik-baiknya kesabaran adalah saat engkau lebih memilih diam, padahal
emosimu sedang meronta ingin didengarkan.”

“Menyerah bukan pilihan tapi akhir dari segala harapan.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada Bapak dan Ibu tercita yang senantiasa memberikan dorongan dan kasih sayangnya, juga kepada teman dan sahabatku yang selalu mendukung serta Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Tanpa mereka, saya tidak sanggup menyelesaikan studi ini. Terimakasih untuk semuanya.

Semarang, 25 Januari 2020

Penulis,



(Novi Agung Trihandono)

ABSTRAK
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK HERBORIST**

Oleh :

Novie Agung Trihandono

13.05.51.0227

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Herborist. Obyek penelitian dalam penulisan ini adalah Konsumen PT. Victoria Care Indonesia Semarang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Alat analisis datayang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda, dimana sebelumnya dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas. Adapun hasil penelitiannya adalah : (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin baik kualitas produk pada kosmetik Herborist, maka akan meningkatkan tingkat keputusan pembelian. (2) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin murah dan rendah persepsi harga yang diberikan PT. Victoria Care Indonesia, maka akan meningkatkan tingkat keputusan pembelian. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin baik promosi yang diberikan oleh PT. Victoria Care Indonesia Semarang, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT
**EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND
PROMOTION ON HERBORIST COSMETIC PURCHASING DECISIONS**

By :

Novie Agung Trihandono

13.05.51.0227

This study aims to examine and analyze the Effect of Product Quality, Price Perception and Promotion of Purchasing Decisions on Herborist Cosmetics. The object of research in this paper is the Consumer of PT. Victoria Care Indonesia Semarang. The sampling technique in this study was to use purposive sampling technique with 100 respondents. The data analysis tool used in this study is Multiple Linear Regression Analysis, which was previously tested for Validity and Reliability. The results of his research are: (1) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, the better the quality of the product in Herborist cosmetics, the higher the level of purchasing decisions. (2) Price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions, the cheaper and lower the price perception given by PT. Victoria Care Indonesia, it will increase the level of purchasing decisions. (3) Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, the better the promotion given by PT. Victoria Care Indonesia Semarang, it will improve purchasing decisions.

Keywords: Effect of Product Quality, Price Perception, and Promotion of Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpah rahmat karunia, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Herborist Semarang” dengan tepat waktu.

Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari berbagai hambatan dan rintangan, namun berkat bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari berbagai pihak maka hambatan dan rintangan tersebut dapat teratasi. Banyak pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung hingga terselesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tulus penulisan ucapkan kepada :

1. Bapak Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum. selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang, serta selaku Dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
3. Ibu Sri Sudarsi, S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan ilmu tanpa batas kepada penulis.
5. PT. Victoria Care Indonesia Semarang dan konsumen Herborist yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-Teman setia saya Muhammad Hairul Anwar, Dhymas Opras, Maruful Mahbub, Mohammad Isafudin, Abdul Saputra dan Tezza yang telah banyak membantu saya, sehingga skripsi ini bisa selesai dengan tepat.
7. Seluruh anak-anak manajemen angkatan 2013 dan 2014 yang berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan agar dapat menjadi perbaikan bagi penulis untuk kedepannya. Penulis juga ingin minta maaf bila terdapat kekurangan dan kesalahan baik itu disengaja ataupun tidak disengaja dalam pembuatan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk para pembaca. Amin.

Semarang, 25 Januari 2020

Penyusun,


(Novie Agung Trihandono)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian	8
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.2 Tahap Keputusan Pembelian	9
2.1.1.3 Jenis – Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	12
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	13
2.1.1.5 Model Perilaku Konsumen	15
2.1.1.6 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17
2.1.2 Kualitas Produk	19
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	19

2.1.2.2	Dimensi Kualitas Produk	21
2.1.3	Persepsi Harga	22
2.1.3.1	Pengertian Persepsi Harga	22
2.1.3.2	Dimensi Persepsi Harga	23
2.1.3.3	Indikator Persepsi Harga	24
2.1.4	Promosi	24
2.1.4.1	Pengertian Promosi	24
2.1.4.2	Tujuan Promosi	25
2.1.4.3	Indikator Promosi	26
2.2	Penelitian Terdahulu	27
2.3	Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4	Model Penelitian	32
2.4.1	Model Grafis	32
2.4.2	Model Matematis	32
		34
METODE DAN RANCANGAN PENELITIAN		34
3.1	Obyek Penelitian	34
3.2	Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1	Populasi	34
3.2.2	Sampel	34
3.3	Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1	Jenis Data	35
3.3.2	Sumber Data	35
3.4	Skala Pengukuran	36
3.5	Definisi Konsep, Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.6	Rencana Analisis	39
3.6.1	Analisis Deskriptif	39
3.6.1.1	Deskripsi Responden.....	39
3.7	Uji Instrumen	40
3.7.1	Uji Validitas	40

3.7.2 Uji Reliabilitas	40
3.7.3 Analisis Regresi Berganda	40
3.8 Uji Model	41
3.8.1 Uji Determinasi (R^2).....	41
3.8.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	42
3.1.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t)	42
BAB IV.....	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Responden	43
4.1.1 Deskripsi Responden	44
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	45
4.3 Uji Instrumen	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	50
4.4 Hasil Penelitian	51
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi	52
4.4.3 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	53
4.4.4 Uji Statistik t	53
4.5 Pembahasan	54
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	57
BAB V	59
PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Implikasi Penelitian	60
5.3 Keterbatasan Penelitian	61
5.4 Rekomendasi Penelitian yang Akan Datang	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Pt. Victoria.....	2
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	43
Tabel 4.2 Deskripsi Responden.....	44
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Kpeutusan Pembelian.....	9
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 2.3 kerangka Pemikiran.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Ijin Riset.....	67
Lampiran 2 Catatan Konsultasi dan Bimbingan	69

