

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN IKLAN  
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
(Studi Pada Konsumen Distro Zeroun Revoult Kota Kudus)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi syarat  
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.



Disusun Oleh :

Nama : Nadya Prasditya P  
NIM : 15.05.51.0032  
Program Studi : S1. Manajemen

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

**2020**

## 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 IKLAN  
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DISTRO  
ZEROUN REVOLUT**

**(Studi pada Pengunjung Distro Zeroun Revolut)**

Oleh :

Nadya Prasditya P

NIM : 15.05.51.0032

Program Studi S1-Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 31 Januari 2020

Dosen Pembimbing



**Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si**

**NIDN. 0027037101**

## HALAMAN PENGESAHAN



### PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN IKLAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DISTRO ZEROUN REVOLUT

(Studi pada Pengunjung Distro Zeroun Revoult)

Oleh :

Nadya Prasditya P

NIM : 15.05.51.0032

Program Studi S1-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 Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal :

#### SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji I

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

NIDN. 0027037101

Penguji I

(Dr. Dra. Lie Liana, M.MSI)

NIDN. 06030365901

Penguji I

(Ali Maskur, SE., M.KOM)

NIDN. 0618076401

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



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

NIDN. 0027037101

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI



Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Nadya Prasditya P

NIM : 15.05.51.0032

Program Studi : S1. Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian produk Distro Zeroun Revoult (Studi Kasus Pengunjung Distro Zeroun Revoult)** 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 tangan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian 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, 31 Januari 2020

Yang Menyatakan,

Nadya Prasditya P

## **MOTTO**

*Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is not to stop questioning.*

(Albert Einstein)

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur atas kehadiran ALLAH SWT yang senantiasa memberikan kelimpahan rahmat dan hidayah-Nya kepadaku, keluarga, saudara-saudara dan teman-temanku. Karya ilmiah ini aku persembahkan kepada:

1. Mama, Kakak dan Adek beserta keluarga tersayang yang senantiasa memberikan dukungan dan kasih sayang, selalu memberikan doa dan harapan agar saya menjadi anak yang sukses.
2. Fafa, Belva, Ambon, Mia, Topo dan yang lainnya terimakasih sudah menemani, mendukung dan memberikan waktunya untuk membantu saya dalam mengerjakan skripsi
3. Sahabat serta teman-teman Progdi Manajemen dan FEB UNISBANK, peneliti mengucapkan terimakasih telah memberikan dorongan, ilmu motivasi, dan hiburan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

## ABSTRACT

### *EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND ADVERTISING ON PURCHASE DECISION PROCESS*

*(Study on purchasing Zeroun Revolt Distro Products)*

*This study aims to test and analyze the effect of product quality, price perceptions and advertisements on the purchasing decision process of the Zeroun Revolt product distribution.*

*The population of this study is consumers visiting the Zeroun Revolt distribution. Sampling using a purposive sampling method, namely visitors who buy products Zeroun Revolt distributions. The number of samples used in this study were 100 people. The primary data collection method used was a questionnaire method. Multiple linear regression, and test models.*

*The results showed that product quality had a positive and significant effect on the purchasing decision process. Price perception has a positive and significant effect on the buying decision process. Advertising does not have a significant positive effect on the buying decision process.*

*Keywords: product quality, price perception, advertising, purchasing decision process*

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN IKLAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada pembelian Produk Distro Zeroun Revolt)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan iklan terhadap proses keputusan pembelian produk distro Zeroun Revolt. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di distro Zeroun Revolt. Pengambilan sample dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengunjung yang membeli produk distro Zeroun Revolt. Jumlah sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Metode pengambilan data primer yang digunakan adalah metode kuesioner. Regresi linier berganda, dan uji model.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Iklan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, persepsi harga, iklan, proses keputusan pembelian



## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya (Studi pada Konsumen Hijab Zoya di Zoya Semarang Jl. Kaligarang No. 9B) dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan mata kuliah wajib yang harus ditempuh dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana S1 di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya atas dukungan, bantuan, doa dan bimbingan dari berbagai pihak

selama penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Safik Faozi, SH., 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.
3. Ibu Sri Sudarsi, SE, M.Si selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
4. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat, dan arahan kepada peneliti.
5. Eyang dan mama tersayang di rumah yang selalu memberikan doa, inspirasi, dukungan, doa, dan finansial kepada peneliti sehingga skripsi ini berjalan dengan baik.
6. Kakak saya Tenindya dan Adek saya Bonita yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
7. Serta teman-teman dan sahabat tercinta yang memberikan semangat dalam menyusun skripsi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan dan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, Februari 2020

Penyusun

(Nadya Prasditya Putri)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>Bab I Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6

1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>Bab II Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Kualitas Produk .....	7
2.1.2 Persepsi Harga .....	10
2.1.3 Iklan .....	13
2.1.4 Proses Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Kajian Peneliti Terdahulu .....	21
2.3 Pengaruh Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis .....	23
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian ....	23
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	24
2.3.3 Pengaruh Iklan terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	25
2.4 Metode Penelitian.....	26
2.4.1 Model Grafis.....	26
2.4.2 Model Matematis .....	27
<b>Bab III Metode Penelitian .....</b>	<b>28</b>
3.1 Obyek Penelitian .....	28
3.2 Populasi, Jumlah Sampel dan Teknik Sampel .....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	30
3.4 Metode Pengambilan Data .....	31
3.5 Variabel Penelitian .....	31
3.6 Metode Analisis data.....	34
3.6.1 Uji Kuailitas data .....	34
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
3.6.3 Pengujian Kelayakan Modal .....	36
3.7 Uji Hipotesis .....	37
<b>Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan .....</b>	<b>38</b>

4.1 Gambaran Umum Produk Zeroun Revolt .....	38
4.2 Gambaran Umum Responden .....	38
4.3 Deskripsi Responden.....	39
4.4 Deskripsi Variabel.....	40
4.5 Uji Instrumental .....	42
4.5.1 Uji Validitas .....	43
4.5.2 Uji Reliabilitas .....	44
4.6 Analisis Data .....	45
4.6.1 Analisis Linier Berganda .....	45
4.7 Uji Model .....	47
4.7.1 Uji f .....	47
4.7.1 Koefisien Determinasi.....	47
4.8 Uji Hipotesis .....	48
4.9 Pembahasan.....	49
4.9.1 Kualitas Produk Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	49
4.9.2 Persepsi Harga Berpengaruh Positif signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	51
4.9.3 Iklan Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	52
<b>Bab V Kesimpulan .....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Implikasi .....	54
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	54
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	55
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.4 Rekomendasi Penelitian yang Akan Datang .....	56
Daftar Pustaka .....	57

Lampiran .....	
Lampiran 1 .....	59
Lampiran 2 .....	62
Lampiran 3 .....	69
Lampiran 4 .....	75
Lampiran 5 .....	82

## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Penjualan Perbulan Pada Tahun 2018 .....	4
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	32
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	39
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	41
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	41
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Iklan .....	41
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Proses Keputusan Pembelian .....	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.5 Analisis Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji t.....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji F.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	48

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 Model Grafis .....	27
-------------------------------	----