

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU VANS
(Studi Kasus Pada Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Kristen Indonesia)**

SKRIPSI

Disusun oleh
Cathrine Novatisa
1931150036



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU VANS
(Studi Kasus Pada Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Kristen Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia

Oleh
Cathrine Novatisa
1931150036



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cathrine Novatisa
NIM : 1931150036
Program Studi : SI Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS (Studi kasus pada mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia)” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 11 Juli 2023



(Cathrine Novatisa)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS**
(Studi Kasus pada mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kristen Indonesia)

Oleh:

Nama : Cathrine Novatisa
NIM : 1931150036
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi S1-
Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia

Jakarta, 11 Juli 2023

Menyetujui:

Pembimbing I

(Fenny B.N.L. Tobing, SE,MMA)
NIDN : 0309066102

Pembimbing II

(Netty Laura S,SE., MM.)
NIDN : 0314048801

Ketua Program Studi S1 Manajemen

(Jhony Siagian, S.E.,MMA)
NIDN : 0301086104

Dekan

(Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A)
NIDN : 0015096301



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 11 Juli 2023 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:




Nama : Cathrine Novatisa

NIM : 1931150036

Program Studi : S1 – MANAJEMEN

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS (Studi kasus pada mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia)” oleh tim penguji yang terdiri dari:

No	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	TandaTangan
1	Sautman Sinaga., S.E., M.M.	Sebagai Ketua	
2	Fenny B.N.L. Tobing., S.E., M.M.A.	Sebagai Anggota	
3	Carolina F. Sembiring., S.E., M.M.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 11 Juli 2023



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Cathrine Novatisa

NIM : 1931150036

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Judul : "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS (Studi kasus pada mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia)".

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non-eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta
Pada Tanggal 11 Juli 2023
Yang menyatakan



Cathrine Novatisa

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK VANS (Studi Kasus Pada Mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia)**”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk mengikuti sidang skripsi di Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Kristen Indonesia.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini, penulis secara khusus menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Dhaniswara K. Harjono S.H., M.H., M.B.A., Selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia
2. Ibu Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Kristen Indonesia
3. Ibu Dr. Melinda Malau, S.E., M.M., selaku wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
4. Bapak Jhony Siagian, S.E., MMA, selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
5. Ibu Fenny B.N.L. Tobing, SE, MMA. selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk membimbing saya dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan penulisan tugas akhir saya, sehingga saya dapat menyelesaikannya dengan mudah dan baik.
6. Ibu Netty Laura S, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Teknis yang telah banyak membantu dan memberikan masukan dan saran dalam penyusunan tugas akhir saya.

7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan memberi ilmu selama perkuliahan dan seluruh staff yang selalu sabarr melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
8. Cikar Ningsih selaku orangtua yang selalu memberikan motivasi penuh dan mendoakan untuk saya menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada Blackpink yaitu Kim Jisoo Kim Jennie Park Chaeyoung dan Lalisa Manoban telah memotivasi saya mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
10. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kontribusinya dan dukungan kepada penyusun.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak.

JAKARTA, 06 MARET 2023

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRAK</i>	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
LANDASAN TEORITIS	8
2.1 Kajian Teoritis	8
2.2 Pemasaran	8
2.2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2.3 Pengertian Bauran Pemasaran	9
2.2.4 Perilaku Konsumen	10
2.3 Kualitas Produk	10
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	10
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk	11
2.3.3 Indikator Kualitas Produk	13
2.4 Harga	13
2.4.1 Pengertian Harga	13

2.4.2	Metode Penetapan Harga	14
2.4.3	Dimensi Harga	15
2.4.4	Indikator Harga	16
2.5	Promosi.....	16
2.5.1	Pengertian Promosi.....	16
2.5.2	Pengertian Bauran Promosi.....	17
2.5.3	Indikator Promosi.....	18
2.6	Keputusan Pembelian	18
2.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.6.2	Tahap – Tahap Pengambilan Keputusan	19
2.6.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.7	Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	23
2.7.1	Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian	23
2.7.2	Hubungan harga terhadap keputusan pembelian	24
2.7.3	Hubungan promosi terhadap keputusan pembelian	24
2.8	Peneliti Terdahulu	25
BAB III.....		27
METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.2.1	Populasi Penelitian	27
3.2.2	Sampel Penelitian	27
3.3	Metode Pengumpulan Data	27
3.4	Kerangka Berpikir	29
3.5	Definisi Operasional dan Operasional Variabel.....	30
3.5.1	Definisi Operasional.....	30
3.5.2	Operasional Variabel	30
3.6	Hipotesis Penelitian	32
3.7	Metode Pengolahan Data	32
3.8	Teknik Analisis Data	33
3.8.1	Uji statistik deskriptif	33

3.8.2	Uji Validitas	33
3.8.3	Uji Reabilitas	34
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.9.1	Uji Normalitas	35
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	36
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	37
3.10	Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.11	Koefisien Determinasi (R^2)	38
3.12	Uji Hipotesis.....	38
3.12.1	Uji t.....	38
3.12.2	Uji F.....	39
BAB IV	41
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Profil Singkat Sepatu Vans.....	41
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan Sepatu Vans	41
4.2	Deskripsi Responden.....	42
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.3	Analisis Data	42
4.3.1	Uji Validitas	42
4.3.2	Uji Reabilitas	45
4.4	Hasil Analisis Deskriptif	46
4.4.1	Statistik Deskriptif Responden	46
4.4.2	Statistik Deskriptif Variabel	55
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	60
4.5.2	Hasil Uji Multikolonearitas.....	61
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
4.6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.7	Hasil Koefisien Determinasi	65
4.8	Hasil Uji Hepotesis	66
4.8.1	Hasil Uji t (Parsial)	66

4.8.2 Hasil Uji F (Simultan).....	68
BAB V.....	70
PENUTUP.....	70
5.1 Simpulan.....	70
5.2 Saran Peneliti Bagi Perusahaan.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 Peneliti Terdahulu	25
TABEL 3. 1 Ketentuan Pengukuran Instrument Penelitian	29
TABEL 3. 2 Indikator Variabel Penelitian	31
TABEL 4. 1 Jenis Kelamin Responden	42
TABEL 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	43
TABEL 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	44
TABEL 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	44
TABEL 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	45
TABEL 4. 6.....	46
TABEL 4. 7.....	46
TABEL 4. 8.....	47
TABEL 4. 9.....	47
TABEL 4. 10.....	48
TABEL 4. 11.....	48
TABEL 4. 12.....	49
TABEL 4. 13.....	49
TABEL 4. 14.....	50
TABEL 4. 15.....	50
TABEL 4. 16.....	51
TABEL 4. 17.....	51
TABEL 4. 18.....	51
TABEL 4. 19.....	52
TABEL 4. 20.....	52
TABEL 4. 21.....	53
TABEL 4. 22.....	53
TABEL 4. 23.....	54
TABEL 4. 24.....	54

TABEL 4. 25.....	55
TABEL 4. 26.....	55
TABEL 4. 27.....	56
TABEL 4. 28.....	57
TABEL 4. 29.....	58
TABEL 4. 30.....	59
TABEL 4. 31HASIL UJI NORMALITAS.....	61
TABEL 4. 32Hasil Uji Multikolonearitas.....	62
TABEL 4. 33 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Statistik.....	63
TABEL 4. 34 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
TABEL 4. 35 Hasil Koefisien Determinasi.....	66
TABEL 4. 36 Hasil Uji t.....	67
TABEL 4. 37 Hasil Uji F.....	68



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2. 1 Tahap Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	19
GAMBAR 3. 1 Kerangka Berpikir	30
GAMBAR 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN - 1	73
LAMPIRAN - 2	89
LAMPIRAN - 3	96
LAMPIRAN - 4	101
LAMPIRAN - 5	102
LAMPIRAN - 6	103
LAMPIRAN - 7	104
LAMPIRAN - 8	105
LAMPIRAN - 9	106



ABSTRAK

Cathrine Novatisa, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu VANS (Studi Kasus Pada Mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia).

Riset ini punya tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor keputusan pembelian diantaranya: terdapat pengaruh kualitas komoditas secara partial pada keputusan pembelian sepatu brand Vans, terdapat pengaruh harga dengan partial pada keputusan pembelian sepatu brand Vans, terdapat pengaruh promosi dengan partial pada keputusan pembelian sepatu brand Vans, terdapat pengaruh kualitas komoditas, harga, serta promosi dengan bersamaan pada keputusan pembelian sepatu brand Vans. Separuh besar populasi pada riset ini ialah mahasiswa aktif pada Universitas Kristen Indonesia yang telah memakai sepatu Vans. Narasumber pada riset ini sejumlah 58 narasumber serta metode penarikan sample yang dipakai yakni *purposive sampling*. Metode analisa data yang diterapkan pada riset ini ialah Regresi Linier Berganda dengan memakai Software SPSS 25. Hasil riset ini menampilkan bahwasanya (1) kualitas komoditas punya pengaruh secara partial pada keputusan pembelian sepatu brand Vans, (2) harga tidak punya pengaruh secara partial pada keputusan pembelian sepatu brand Vans, (3) promosi punya pengaruh secara partial pada keputusan pembelian sepatu brand Vans, (4) kualitas komoditas, harga, serta promosi dengan bersamaan punya pengaruh pada keputusan pembelian sepatu brand Vans.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRAK

The studies aim to understand following aspects of the purchase decision: the presence of a partial influence on the quality of the product on decisions to purchase Vans shoes, existence of a Partial influency on price of decision on purchase of Vans footwear, Presence of an influencing of promotions on purchasing decisions of Vans brand shoe, and the combined impact of products quality, prices, and promotions on Vans' decisions to buy shoes. Most of populations in these studies were active student at Christian University Indonesia who already wore Vans shoes. Respondents to this study consisted of 58 respondents and sampling techniques use is purposive Sampling. Data analyst techniques use in these studies is Double Linear Regressions use application SPSS 25. Results of these studies show that (1) the quality of the product has partials influence on the purchase decisions of the Vans branded shoes, (2) the price has no partial effects on the buying decision of Vans, (3) the promotion is partially influenced on the purchasing decision for Vans Brand Shoes, and (4) the products quality, prices, and promotions combined have an impact on Vans' brands shoe purchase decisions.

Keywords: Product Qualities, Prices, Promotions, Purchase Decision