

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN  
LOKASI TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
BRAND LACOSTE DI MALL GANDARIA CITY**

**SKRIPSI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**OLEH:**

**NAMA : ANITA APRILIA**

**NIM : 041501503125112**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
BRAND LACOSTE DI MALL GANDARIA CITY**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA EKONOMI**

**Program Studi Manajemen-Strata 1**



**OLEH:**

**NAMA : ANITA APRILIA**

**NIM : 041501503125112**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2019**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION  
AND LOCATION ON PURCHASING DECISIONS ON THE  
LACOSTE BRAND AT MALL GANDARIA CITY**

**THESIS**

**Economic Studies Program Management-Strata 1**



**ECONOMY FACULTY**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2019**

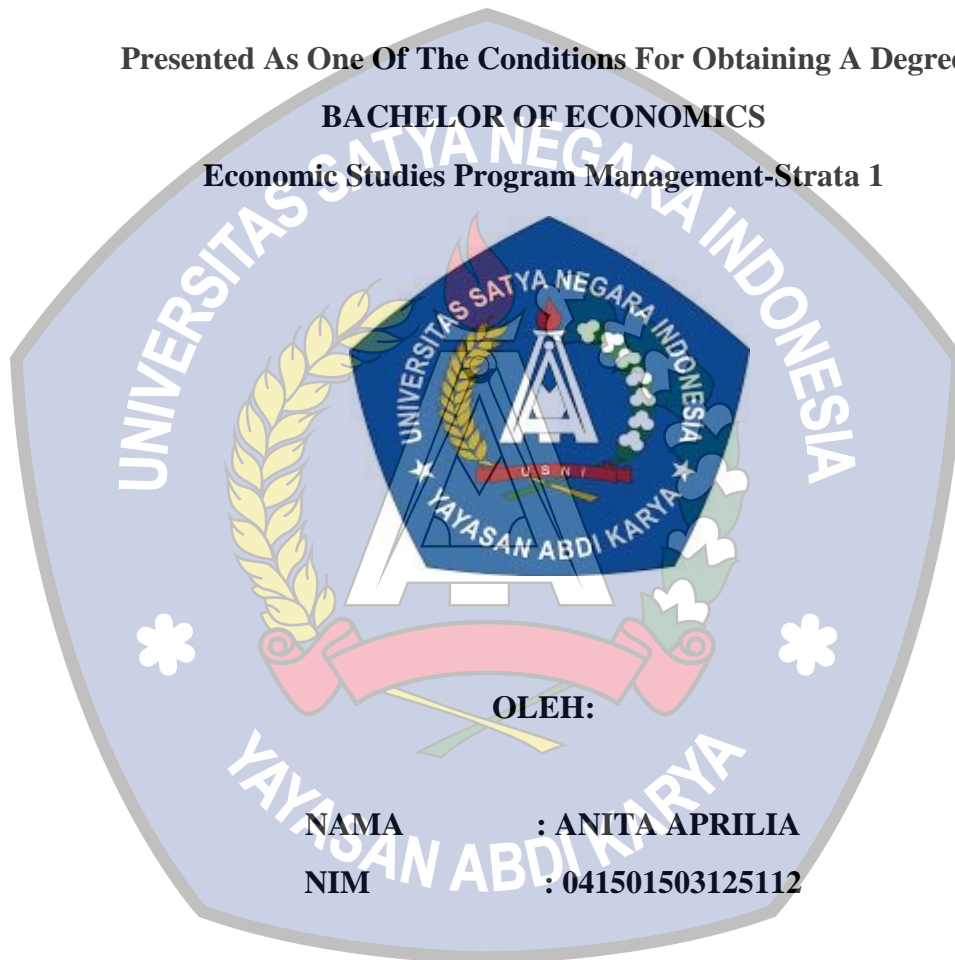
**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION  
AND LOCATION ON PURCHASING DECISIONS ON THE  
LACOSTE BRAND AT MALL GANDARIA CITY**

**THESIS**

**Presented As One Of The Conditions For Obtaining A Degree**

**BACHELOR OF ECONOMICS**

**Economic Studies Program Management-Strata 1**



**OLEH:**

**NAMA : ANITA APRILIA**

**NIM : 041501503125112**

**ECONOMY FACULTY**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2019**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Lacoste di Mall Gandaria City. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian produk Lacoste di Mall Gandaria City, sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden konsumen di Lacoste Mall Gandaria City. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kausal. Teknik sampel menggunakan *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan Software SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3) dan Lokasi (X4) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y). Secara simultan (uji F) menunjukkan bawa yang signifikan antara variabel Kulit Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dan kontribusi seua variabel bebas Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 34% terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 66% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

***Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Lokasi dan Keputusan Pembelian.***

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of Product Quality, Price, Promotion and Location on Purchasing Decisions on the Lacoste Brand at Gandaria City Mall. The population in this study were all consumers who bought Lacoste products at Mall Gandaria City, the sample in this study were 75 consumer respondents at Lacoste Mall Gandaria City. This research methodology uses a causal method. The sample technique uses accidental sampling. Data collection methods use primary data and secondary data. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 22 Software. The results of the research show that partially (t test) Product Quality (X1), Price (X2), Promotion (X3) and Location (X4) influence significant to the purchase decision (Y). Simultaneously (F test) shows a significant bearing between Product Quality, Price, Promotion and Location variables to Purchase Decisions (Y). And the contribution of all independent variables Adjusted R<sup>2</sup> by 34% on the Purchasing Decision, while the remaining 66% is influenced by other variables not included in this study.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Promotion, Location and Purchasing Decision*

