

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
OSTEOKOM PADA PT. LAPI LABORATORIES**

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen – Strata I**



**OLEH:**

**Nama : Sahala Benny V Simanjuntak**

**Nim : 041501503125175**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
BEKASI  
2019**

**THE EFFECT OF QUALITY OF PRODUCTS, PRICES, AND  
PROMOTIONS ON PURCHASE DECISIONS OSTEOKOM  
PRODUCT IN PT. LAPI LABORATORIES**

**SKRIPSI**

**Management Study Program – Strata I**



**BY:**

**Name : Sahala Benny V Simanjuntak**

**Nim : 041501503125175**

**FACULTY OF ECONOMICS  
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY  
BEKASI**

**2019**

## ABSTRAK

Pada era globalisasi yang berkembang pesat saat ini mengakibatkan manusia setiap kali akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial budaya, dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaingan di dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis. Maka dari itu setiap perusahaan tentu akan selalu berusaha meningkatkan serta mengembangkan perusahaan-nya agar dapat terus bertahan lama dalam industrial retail secara nasional dan juga dapat berekspansi kekancah yang lebih luas lagi yakni secara global serta berbagai upaya dilakukan perusahaan agar tetap dapat mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT Lapi Laboratories dan jumlah sampel yaitu 200 responden. Desain penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kuantitatif. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi dan survey, serta jenis data yang digunakan dalam metode ini yaitu data primer dan sekunder. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Hasil analisis data menunjukan secara simultan variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk osteokom di PT Lapi Laboratories. Hal ini di lihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 15,697 dan nilai sig 0,000. Sedangkan secara parsial menunjukan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk osteokom PT Lapi Laboratoies berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini di lihat dari nilai  $t_{hitung}$  dimana variabel Kualitas Produk sebesar 2,754 dengan nilai signifikan 0,006, Harga sebesar 2,027 dengan nilai signifikan 0,044, dan Promosi dengan nilai 2,020 dengan nilai signifikan 0,045.

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

## ABSTRACT

*In the rapidly developing era of globalization, human beings will experience changes every time, both in the political, economic, socio-cultural fields, and also the influence on the pattern of competitive behavior in conducting their business. This makes competition more stringent in the business world. Therefore, every company will certainly always try to improve and develop its company so that it can continue to last long in the retail industry nationally and also be able to expand into a broader scale, that is, globally and various efforts by companies to maintain their existence. This study aims to determine the effect of product quality, price, and promotion variables simultaneously and partially on purchasing decisions. The population in this study were all consumers of PT Lapi Laboratories and the number of samples was 200 respondents. The research design used is quantitative research. Data collection used in this study was taken using accidental sampling. Data collection methods used in this study are observation and survey methods, and the types of data used in this method are primary and secondary data. Data analysis methods in this research are descriptive analysis, classic assumption test, and hypothesis testing. The results of data analysis simultaneously address product quality, price, and promotion variables that have positive and significant influence on purchasing decisions on osteocom products at PT Lapi Laboratories. This is seen from the calculated F value of 15,697 and a sig value of 0,000. While partially shows that product quality, price, and promotion variables on purchasing decisions on PT Lapi Laboratoies osteocom products have a positive and significant effect. This can be seen from the tcount where the Product Quality variable is 2.754 with a significant value of 0.006, the price of 2.027 with a significant value of 0.044, and promotion with a value of 2.020 with a significant value of 0.045.*

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