

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHICKGU MOZA
BEKASI**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Strata 1



NAMA : SHERLY APRILIA SUCI

NIM : 190400117

FALKUTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

BEKASI

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHICKGU MOZA
BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH:

NAMA : SHERLY APRILIA SUCI

NIM : 190400117

FALKUTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

BEKASI

2023

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND
PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS OF CHICKGU
MOZA BEKASI**

THESIS

Management Study Program – Bachelor Degree



BY:

NAMA : SHERLY APRILIA SUCI

NIM : 190400117

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

BEKASI

2023

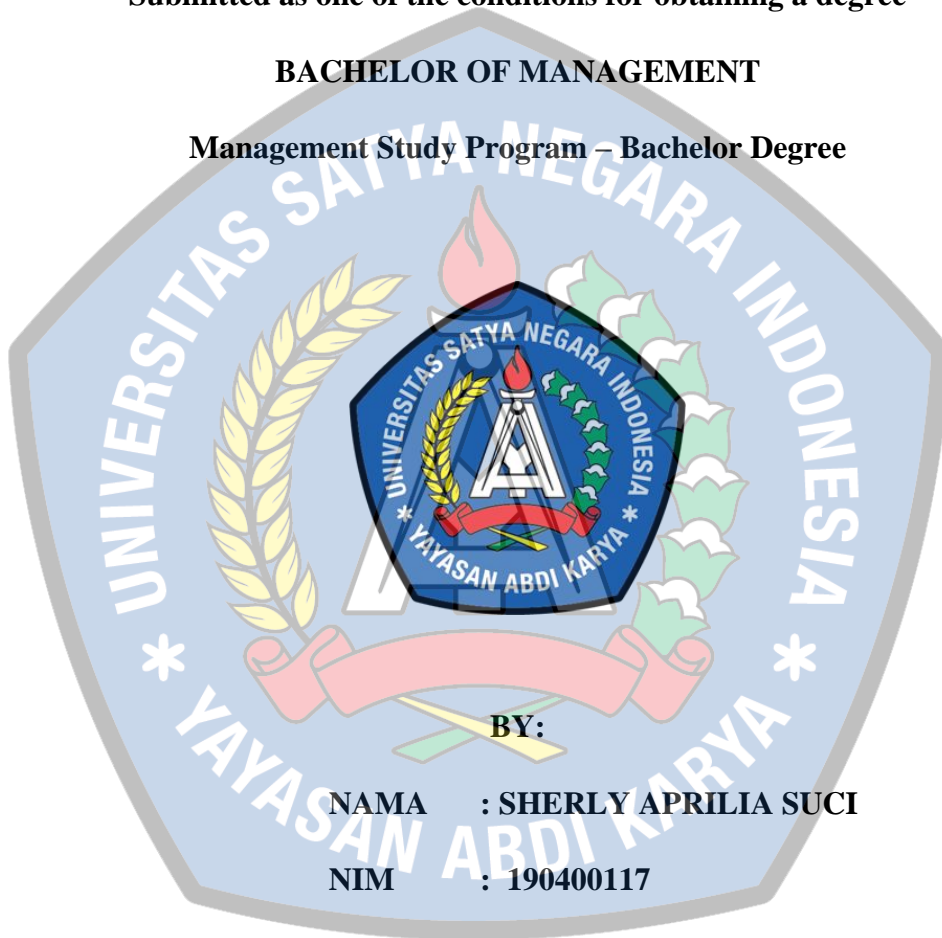
**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND
PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS OF CHICKGU
MOZA BEKASI**

THESIS

Submitted as one of the conditions for obtaining a degree

BACHELOR OF MANAGEMENT

Management Study Program – Bachelor Degree



BY:

NAMA : SHERLY APRILIA SUCI

NIM : 190400117

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

BEKASI

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Sherly Aprilia Suci
NIM : 190400117
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Bekasi, 16 Agustus 2023



(Sherly Aprilia Suci)

190400117

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

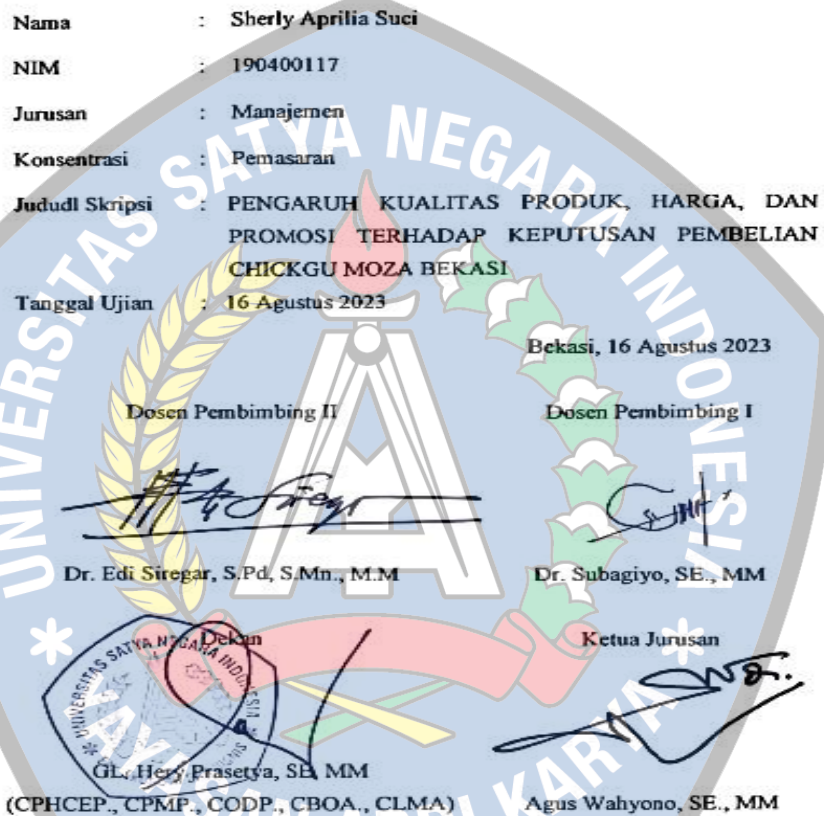
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sherly Aprilia Suci
NIM : 190400117
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHICKGU MOZA BEKASI
Tanggal Ujian : 16 Agustus 2023

Bekasi, 16 Agustus 2023

Dosen Pembimbing II : Dr. Edi Siregar, S.Pd, S.Mn., M.M
Dosen Pembimbing I : Dr. Subagiyo, SE., MM

Dekan : GL. Hery Prasetya, SE, MM
(CPHCEP., CPMP., CODP., CBOA., CLMA)
Ketua Jurusan : Agus Wahyono, SE., MM



LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHICKGU MOZA BEKASI**

OLEH:

NAMA : SHERLY APRILIA SUCI

NIM : 190400117

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 16 Agustus 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Penguji / Pembimbing I

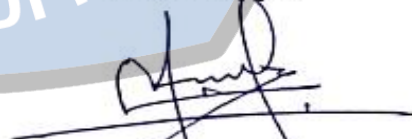

Dr. Subagiyo, SE., MM

Anggota Penguji I



Agus Wahyono, SE., MM

Anggota Penguji II



Dr. Guston Sitorus, SE., MM

MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. – (Q.S Al-Insyirah: 5-6)

Sesungguhnya hanya orang-orang yang bersabarlah yang dicukupkan pahalanya tanpa batas. – (Q.S Az-Zumar: 10)

"Jangan melakukan apa pun yang tidak Anda sukai. Lakukan saja apa yang Anda inginkan." – (Jeon Jungkook)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji Syukur kehadiran Allah SAW atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHICKGU MOZA BEKASI”. Skripsi merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Dr. Sihar P.H Sitorus B.S.B.A., M.B.A
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia, GL., Herry Prasetya, S.E., M.M., CPHCEP., CPMP., CODP., CBOA., CLMA
3. Ketua Jurusan Manajemen, Agus Wahyono, SE., MM
4. Dosen Pembimbing I, Dr. Subagiyo, S.E., M.M yang telah sabar memberikan masukan dan bimbingan kepada peneliti.
5. Dosen Pembimbing II, Dr. Edi Siregar, S.Pd, S.Mn., M.M yang telah sabar memberikan masukan dan bimbingan kepa peneliti.
6. Seluruh dosen Falkutas Ekonomi dan Staff Tata Usaha Universitas Satya Negara Indonesia yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.
7. Konsumen Chickgu Moza Bekasi yang bersedia untuk mengisi kuesioner ini

dengan baik.

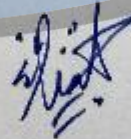
8. Bapak, Emak, Kakek dan Kakak tercinta yang selalu memberikan doa terbaik, dukungan materil maupun moril, dan selalu menjadi kekuatan bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Yudhi Ramadha Rashi, selaku owner dari Clueku Moza Bekasi yang telah memberi izin penulis untuk meneliti.
10. Ikhwan, Anji, Aulia, Lu'fi, Indah, Intan, Dewi Candra, Mariana, sahabat-sahabat dan juga teman-teman Fakultas Ekonomi yang memberikan banyak masukan serta saran kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kebaikan penyempurnaan lebih lanjut dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Akhirnya, hanya kepada Allah SWT kami mengemalikan segala urusan dan Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya, semoga Allah SWT memberkati dan mencatat sebagai ibadah oleh Nya, amin.

Bekasi, 16 Agustus 2023

Penulis



Sheryl Aprilia Suci

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the impact of the influence of product quality, price and promotion on purchasing decisions for Chickgu Moza Bekasi. The population that is the focus of this research is Chickgu Moza Bekasi consumers. The method used by researchers is purposive sampling. The number of samples involved in this study were 100 respondents. The data collection technique in this study was the Multiple Linear Regression Test, the F Test (Simultaneous), the t Test (Partial) and the data in this study were analyzed using a statistical program, namely the SPSS Version 24 for Windows application or software. The results of the study simultaneously (F test) Product Quality, Price, and Promotion have a significant and significant effect on Purchasing Decisions with $F_{count} > F_{table}$, namely $273.282 > 2.70$ with a significance value of $0.000 < 0.005$. Partially (t test) shows Product Quality has a direct positive and significant effect on Purchase Decision with t count of $7.589 > t$ table which is 1.984 and a significance of $0.000 < 0.05$, Price has a direct negative and significant effect on Purchase Decision with t count of $-14.377 < t$ table which is 1.984 and a significance of $0.000 < 0.05$, Promotion has a positive and significant direct effect on Purchase Decision with t count of $20.037 > t$ table which is 1.984 and a significance of $0.000 < 0.05$. The contribution of all independent variables Adjusted R2 is 89% to Purchase Decision and the rest is carried out by other unknown factors and not included in this study.

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion, and Purchase Decision.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis mengenai dampak dari Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Chickgu Moza Bekasi. Populasi yang menjadi focus dalam penelitian ini adalah konsumen Chickgu Moza Bekasi. Metode yang digunakan peneliti adalah *Purposive Sampling*. Jumlah sampel yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji F (Simultan), Uji t (Parsial) dan data pada penelitian ini dianalisis menggunakan program statistik yaitu aplikasi atau perangkat lunak SPSS Versi 24 for Windows. Hasil penelitian secara simultan (uji F) Kualitas Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $273,282 > 2,70$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$. Secara parsial (uji t) menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} sebesar $7,589 > t_{tabel}$ yaitu $1,984$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, Harga berpengaruh langsung negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} sebesar $-14,377 < t_{tabel}$ yaitu $1,984$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, Promosi berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} sebesar $20,037 > t_{tabel}$ yaitu $1,984$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kontribusi semua variabel bebas *Adjusted R²* sebesar 89% terhadap Keputusan Pembelian dan sisanya dijalankan dengan faktor lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam penelitian ini.

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

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1. Tujuan Penelitian.....	12
2. Kegunaan Penelitian	13
BAB II	14
LANDASAN TEORI	14
A. Keputusan Pembelian.....	14
1. Pengertian Keputusan.....	14
2. Pengertian Pembelian.....	15
3. Pengertian Keputusan Pembelian	16
4. Komponen Keputusan Pembelian	17
5. Tujuan Keputusan Pembelian.....	19
6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	19
7. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	20
B. Kualitas Produk.....	22
1. Pengertian Kualitas.....	22
2. Pengertian Produk	23
3. Pengertian Kualitas Produk	25
4. Manfaat Kualitas Produk.....	26

5.	Tujuan Kualitas Produk.....	26
6.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	26
7.	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	27
C.	Harga	28
1.	Pengertian Harga	28
2.	Tujuan Penetapan Harga	29
3.	Metode Penetapan Harga.....	29
4.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	31
5.	Peran Harga	31
6.	Fungsi Harga	32
7.	Dimensi dan Indikator Harga	33
D.	Promosi	34
1.	Pengertian Promosi.....	34
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	35
3.	Fungsi Promosi.....	35
4.	Tujuan Promosi	37
5.	Bauran Promosi	38
6.	Langkah-Langkah Mengembangkan Promosi Efektif.....	39
7.	Dimensi dan Indikator Promosi.....	42
E.	Penelitian Terdahulu	46
F.	Hubungan Logis Antara Variable Dan Perumusan Hipotesis.....	47
1.	Hubungan Antara Variable Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	47
2.	Hubungan Antara Variable Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	48
3.	Hubungan Antara Variable Promosi Dengan Keputusan Pembelian	50
4.	Hubungan Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
G.	Kerangka Pemikiran.....	52
H.	Hipotesis Penelitian.....	52
BAB III.....		54
METODOLOGI PENELITIAN		54
A.	Sejarah Perusahaan.....	54
B.	Waktu Dan Tempat Penelitian	54
C.	Desain Penelitian.....	54
D.	Hipotesis Statistik	55

E. Variable Penelitian, Skala Pengukuran Dan Operasional Variabel	56
1. Variabel Penelitian	56
2. Skala Pengukuran	60
3. Oprasional Variabel.....	60
F. Metode Pengumpulan Data	62
G. Jenis Data	64
1. Data Primer.....	64
2. Data Sekunder	64
H. Populasi dan Sampel	64
1. Populasi	64
2. Sampel	64
I. Metode Analisi Data	66
1. Statistik Deskriptif.....	66
2. Uji Kelayakan Instrumen.....	66
3. Uji Asumsi Klasik	73
4. Uji Hipotesis.....	75
BAB IV	77
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	77
A. Analisis Hasil	77
1. Hasil Penyebaran Kuesioner	77
2. Profil Responden.....	77
1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
2. Data Responden Berdasarkan Usia	78
3. Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	79
4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
3. Analisis Statistik Deskriptif	82
4. Uji Asumsi Klasik (Uji Kelayakan Data)	83
1. Uji Normalitas	83
2. Uji Multikolinearitas	89
3. Uji Heteroskedastisitas	90
4. Uji Autokorelasi	91
5. Uji Hipotesis.....	92
BAB V.....	98
PENUTUP.....	98

A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN - LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survei Keputusan Pembelian.....	2
Tabel 1. 2 Pra Survai Kualitas Produk.....	5
Tabel 1. 3 Daftar Harga / Paket pada Chickgu Moza Bekasi.....	7
Tabel 1. 4 Pra Survey Harga.....	7
Tabel 1. 5 Pra Survey Promosi.....	10
Tabel 2. 1 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	22
Tabel 2. 2 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	27
Tabel 2. 3 Dimensi dan Indikator Harga.....	34
Tabel 2. 4 Dimensi dan Indikator Promosi.....	45
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	46
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	60
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	61
Tabel 3. 3 Output Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 3. 4 Instrument Sebelum dan Sesudah Uji Validitas Y.....	68
Tabel 3. 5 Output Uji Validitas Kualitas Produk.....	69
Tabel 3. 6 Instrument Sebelum dan Sesudah Uji Validitas X1.....	69
Tabel 3. 7 Output Uji Variabel Harga.....	70
Tabel 3. 8 Instrument Sebelum dan Sesudah Uji Validitas X2.....	70
Tabel 3. 9 Output Uji Validitas Promosi.....	71
Tabel 3. 10 Instrument Sebelum dan Sesudah Uji Validitas X3.....	72
Tabel 3. 11 Output Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4. 1 Hasil penyebaran Kuesioner.....	77
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	80
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
Tabel 4. 6 Output Hasil Statistik Deskriptif.....	82
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	84
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autorelasi.....	91
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel 4. 11 Hasil uji F.....	93
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	93
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	52
Gambar 4. 1 Grafik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Gambar 4. 2 Grafik Profil Responden Berdasarkan Usia	79
Gambar 4. 3 Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	80
Gambar 4. 4 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot Keputusan Pembelian	85
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot Kualitas Produk	85
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot Harga	86
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot Promosi.....	86
Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram Keputusan Pembelian	87
Gambar 4. 10 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram Kualitas Produk	88
Gambar 4. 11 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram Harga	88
Gambar 4. 12 Hasil Uji normalitas Grafik Histogram Promosi.....	89
Gambar 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90

