



PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Pada Toko Online Novretta Shop di Shopee Indonesia)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Magister Manajemen

SAPRI

211100007

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS SATYANEGARA INDONESIA

JAKARTA 2023

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Nama : Sapri
NIM : 211100007
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (PADA TOKO ONLINE NOVRETTA SHOP DI SHOPEE INDONESIA).**

Telah disetujui dan diterima untuk memenuhi Sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen.

Jakarta, 15 Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. Subagiyo ,SE.,MM) (Dr. Meifida Ilyas,SE.,M.si,AK.,CA.,CSRS.,CSRA)

Program Pascasarjana
Program Pascasarjana
Direktur

Program Pascasarjana
Ketua Program Studi

(Dr. Meifida Ilyas,SE.,M.si,AK.,CA.,CSRS.,CSRA) (Dr. Noviarti , SE , MM)

PROGRAM PASCASARJANA)
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Sapri
NIM : 211100007
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (PADA TOKO ONLINE NOVRETTA SHOP DI SHOPEE INDONESIA).**

PANITIA UJIAN

Tanggal : 15 Agustus 2023

Ketua : Dr. Novianti, SE., MM

Anggota : Dr. Subagiyo, SE., MM

Anggota : Dr. Meifida Ilyas, SE., M.si.,Ak., CA.,CSRS.,CSRA

Telah disetujui dan diterima untuk memenuhi Sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen .

Jakarta, 15 Agustus 2023
Program Pascasarjana
Direktur

(Dr. Meifida Ilyas , SE., M.si.,Ak., CA.,CSRS.,CSRA)

HALAMAN PERSETUJUAN

TESIS

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(PADA TOKO ONLINE NOVRETTA SHOP DI SHOPEE INDONESIA)**

OLEH

SAPRI

NIM : 211100007

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah disetujui dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Jakarta, 15 Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. Subagiyo, SE.,MM) (Dr. Meifida Ilyas, SE., M.si.,Ak.,CA.,CSRS.,CSRA)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PEMBUATAN TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sapri

Alamat : Jl. Bintara Jaya 4 rt03/09 no D22, Bekasi Barat,
Kota Bekasi, Jawa Barat

Program Study : Magister Manajemen Universitas Satya Negara
Indonesia

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya dan dengan sebenar -
benarnya bahwa saya telah membuat tesis penelitian ini sebagai persyaratan
tugas akhir untuk memperoleh gelar Magister manajemen dengan judul
**Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian (Pada Toko Online Novretta Shop di Shopee Indonesia).**

Demikian Surat Pernyataan Keaslian Pembuatan Tesis penelitian ini saya
buat dengan sebenar - benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.
Terima kasih.

Jakarta, 15 Agustus 2023

Penulis



Sapri

ABSTRACT

This thesis was written by Sapri in March to July 2023, with the title: Effects of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions (at the Novretta Shop Online at Shopee Indonesia).

This study aims to produce information in the form of a more in-depth explanation of the Influence of Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions (at Novretta Shop Online in Shopee Indonesia).

The method used in this research is descriptive and verification with a population and sample of 95 respondents, data processing using the SPSS Version 25 application.

The results of the F test show that the calculated F value is $23,048 > F$ table is 2.70 with a significant level of $0.00 < 0.05$. This proves that there is a significant influence between the variables Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions or simultaneously (together) between the variables Quality, Price and Promotion have a significant effect on Purchase Decisions, so that H_0 is rejected and H_4 is accepted.

From the results of the t test, the t value for Quality (X1) is obtained, namely the t value is greater than t table ($2,907 > 1,98638$) and the significant level is below 0.05, namely 0,005. As for the price variable (X2), the t count value is greater than t table ($1,553 < 1,98638$) and the significant level is below 0.5, which is 0,124. As for the promotion variable (X3), the calculated t value is greater than t table ($5,958 > 1,98638$) and the significant level is below 0.5, namely 0,000

The coefficient of determination (R^2) that the product quality, price and promotion variables on the purchasing decision variable is 0.413 or 41.3% and the remaining 58.7% is influenced by other factors not examined in this analysis.

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

ABSTRAK

Tesis ini ditulis oleh Sapri pada bulan Maret hingga Juli 2023 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Toko Online Novretta Shop di Shopee Indonesia).

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan informasi berupa penjelasan yang lebih mendalam tentang Pengaruh Kualitas, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Toko Online Novretta Shop di Shopee Indonesia).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif dan verifikatif dengan populasi dan sampel yang berjumlah 95 orang responden, pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 25.

Diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 23,048 > F tabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian atau secara simultan (bersama-sama) antara variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima.

Diketahui bahwa nilai t hitung untuk kualitas produk (X^1) yaitu nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,907 > 1,98638$) dan nilai taraf signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,005. Sedangkan untuk variabel harga (X^2) yaitu nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,553 < 1,98638$) dan nilai taraf signifikan diatas 0,05 yaitu 0,124, Sedangkan untuk variabel promosi (X^3) yaitu nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,958 > 1,98638$) dan nilai taraf signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000.

Koefisien Determinasi (R^2) bahwa kontribusi variabel kualitas produk, harga dan promosi terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 0,413 atau sebesar 41,3% dan sisanya sebesar 58,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam analisa ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Tidak ada kata yang paling pantas yang harus peneliti ucapkan selain kata Alhamdulillah. Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, Alhamdulillah atas rahmat dan nikmat yang telah dikaruniakan-Nya, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tesis penelitian ini yang merupakan persyaratan yang harus dipenuhi oleh peneliti untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Satya Negara Indonesia sesuai dengan tenggang waktu yang telah ditentukan.

Pada penulisan tesis ini peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyelesaikan tesis ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini ijinkan peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Ir. Johnner Sitompul, M.Sc., Ph.D selaku rektor Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta.
2. Ibu Dr. Meifida Ilyas, SE., M.Si.,Ak.,CA.,CSRS.,CSRA selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta dan juga selaku Dosen Pembimbing II.
3. Ibu Dr. Novianti, SE., MM selaku Ketua Program Studi Program Pascasarjana Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta dan juga selaku Ketua Tim Penguji.

4. Bapak Dr. Subagiyo ,SE., MM selaku dosen pembimbing I yang sudah memberikan bimbingan dan arahan juga revisi - revisi pada setiap tahapan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Ibu Dr. Meifida Ilyas, SE., M.Si.,Ak.,CA.,CSRS.,CSRA selaku ketua team penguji yang sudah membantu memberikan pengarahan dalam penyelesaian tesis ini.
6. Ibu Herly sekretariat pascasarjana Universitas Satya Negara Indonesia yang selalu mengingatkan pada peneliti yang berkenaan dengan hal – hal yang harus dipenuhi dalam penyelesaian tesis ini.
7. Rekan – rekan sekampus baik yang seangkatan maupun yang sudah lebih dulu menyelesaikan jenjang Pendidikan S2 nya yang sudah memberikan referensi juga motivasi kepada peneliti dalam penyelesaian tesis ini.
8. Rekan – rekan team di perpustakaan Universitas Satya Negara Indonesia yang sudah membantu memberikan bantuan berupa informasi – informasi dan referensi yang berkenaan dengan perbaikan dalam penyelesaian tesis ini.
9. Pihak Owner dan Karyawan Toko Online Novretta Shop yang sudah memberikan izin kepada peneliti dalam penyelesaian tesis ini.
10. Istri tercinta yang tiada hentinya dalam memberikan support dan motivasi pada peneliti dalam penyelesaian tesis ini.
11. Putra-Putri tercinta yang juga tidak pernah lelah memberikan support dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan tesis ini.

12. Semua Pihak yang namanya tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu dalam penyelesaian tesis ini ,semoga apa - apa yang telah mereka berikan kepada peneliti dapat menjadikan suatu amal kebajikan dan hanya Tuhanlah yang akan memberi balasan atas semuanya .

Adapun penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (PADA TOKO ONLINE NOVRETTA SHOP DI SHOPEE INDONESIA)” bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada toko online Novretta Shop di Shopee Indonesia.

Dalam penulisan tesis ini, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikannya dengan sebaik mungkin, akan tetapi peneliti juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan tesis ini masih banyak sekali kekurangannya, dan masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti sangat berharap adanya masukan dan saran khususnya dari pembaca untuk memperbaiki kekurangan – kekurangan yang ada pada penulisan tesis ini.

Akhir kata, peneliti berharap semoga tesis penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak lainnya untuk dijadikan referensi. Terima kasih.

Jakarta, 15 Agustus 2023



Sapri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
TANDA PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PEMBUATAN TESIS	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	15
1.3 Pembatasan Masalah.....	16
1.4 Rumusan Masalah.....	16
1.5 Tujuan penelitian	17
1.6 Kegunaan Penelitian	17
BAB II.....	19
LANDASAN TEORI.....	19
2.1 Tinjauan Pustaka	19
2.1.1 Manajemen Pemasaran	19
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	20
2.1.3 Bauran Pemasaran	22
2.1.4 Keputusan pembelian	23
2.1.5 Kualitas Produk	32
2.1.6 Harga	37
2.1.7 Promosi.....	44

2.2 Penelitian terdahulu	51
2.3 Kerangka Pemikiran teoritis.....	56
2.4 Kerangka Pemikiran.....	57
2.5 Hipotesis Penelitian	64
BAB III	66
METODOLOGI PENELITIAN	66
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	66
3.2 Jenis Dan Penelitian.....	66
3.3 Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel.....	67
3.3.1 Populasi	67
3.3.2 Sampel	68
3.3.3 Tehnik Pengambilan Sampel.....	69
3.4 Operasional Variabel	70
3.4.1 Variabel bebas	70
3.4.2 Variabel terikat	71
3.5 Skala Pengukuran.....	74
3.6 Uji Kelayakan Instrumen.....	75
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	78
3.8 Metode Analisa Data Dan Uji Hipotesa.....	80
3.9 Hipotesa Statistik.....	86
BAB IV	88
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	88
4.1 Penyebaran Kuesioner	88
4.2 Profil Responden.....	88
4.3 Analisa Deskriptif	90
4.4 Hasil Olahan.....	95
4.4.1 Uji Instrumen.....	95
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	99
4.4.3 Uji Metode.....	104
4.4.4 Uji Hipotesis	107
4.5. Pembahasan Hasil	109

BAB V.....	112
PENUTUP.....	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	112
5.2.1 Saran Praktisi.....	112
5.2.2 Saran Akademisi	113



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Tahun 2022 dan 2021.....	4
Gambar 2.1 Tahap – Tahap Proses Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.2 Keputusan Pembelian.....	28
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Toko Novretta tahun 2022 dan 2021	4
Tabel 1.2	Pra Survey Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	5
Tabel 1.3	Pra Survey Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	6
Tabel 1.4	Research Gap pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian	8
Tabel 1.5	Research Gap pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian	9
Tabel 1.6	Research Gap pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian....	11
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu.....	51
Tabel 3.1	Data Populasi Pelanggan.....	68
Tabel 3.2	Definisi Variabel	71
Tabel 3.3	Pemberian Skor	75
Tabel 4.1	Profil Responden	89
Tabel 4.2	Resume Persepsi Responden Kualitas Produk	91
Tabel 4.3	Resume Persepsi Responden Harga	92
Tabel 4.4	Resume Persepsi Responden Promosi	93
Tabel 4.5	Resume Persepsi Responden Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4.6	Hasil Validitas Kualitas Produk	95
Tabel 4.7	Hasil Validitas Harga	96
Tabel 4.8	Hasil Validitas Promosi.....	97
Tabel 4.9	Hasil Validitas Keputusan Pembelian	97
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	99
Tabel 4.11	Uji Normalitas	100
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	101
Tabel 4.13	Uji Glejser Heteroskedastisitas	102
Tabel 4.14	Durbin Watson	103
Tabel 4.15	Hasil tabel Durbin Watson	103
Tabel 4.16	Koefisien Relasi	104
Tabel 4.17	Koefisien Korelasi Simultan	105

Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	106
Tabel 4.19 Persamaan Regresi	106
Tabel 4.20 Hasil Uji F	107
Tabel 4.21 Hasil Uji t	108

