

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU GILANG STORE**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

Muhammad Abyan Al Hikmatiar

202010160311112

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU GILANG STORE

Oleh:

Muhammad Abyan Al-Hikmatiar

202010160311112

Diterima dan disetujui
pada tanggal 19 Oktober 2024

Pembimbing I,

Drs. Noor Aziz, M.M.

Pembimbing II,

Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU GILANG STORE

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Muhammad Abyan Al-Hikmatiar**

NIM : **202010160311112**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 19 Oktober 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Drs. Noor Azis, M.M.**

Pembimbing II : **Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.**

Penguji I : **Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

Penguji II : **Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

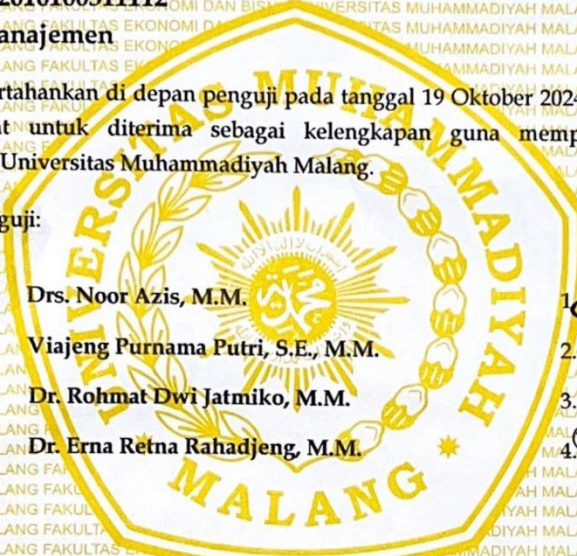
Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.



PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Muhammad Abyan Al Hikmatiar
NIM : 202010160311112
Program Studi : Manajemen
Email : abyanalhikma16@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil oenjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan iolmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, Oktober 2024

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Abyan Al Hikmatiar

**THE INFLUENCE OF PROMOTIONS, PRODUCT QUALITY, AND
PRICE ON THE DECISION TO PURCHASE GILANGSTORE SHOES
(Case Study on Gilangstore Consumers)**

Muhammad Abyan Al Hikmatiar

Management Department, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

Email : abyanalhikma16@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of promotion, product quality, and price on purchasing decisions. This research is a quantitative research. This data was obtained by distributing a questionnaire to 100 sample respondents, using a purposive sampling technique with the criteria of Gilangstore consumers who live in the city of Sidoarjo. Data analysis techniques include classical assumption tests, multiple linear regression, t-test (partial test), and f test (simultaneous test). The results of the analysis found that promotion did not have an influence on the purchase decision, product quality and price had an influence on the purchase decision.

Keywords : Promotion, Product Quality, Price, Purchase Decision

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU GILANGSTORE
(Studi Kasus pada Konsumen Gilangstore)**

Muhammad Abyan Al Hikmatiar

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Email : abyanalhikmal6@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 sampel responden, menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria konsumen Gilangstore yang bertempat tinggal di kota Sidoarjo. Teknik analisis data antara lain menggunakan uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t (uji secara parsial), dan uji f (uji secara simultan). Hasil analisis menemukan bahwa promosi tidak memberikan pengaruh terhadap Keputusan pembelian, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian.

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

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU GILANGSTORE (Studi Kasus pada Konsumen Gilangstore) “** dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do'a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

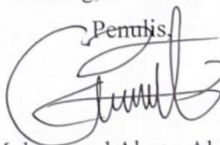
1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Noor Aziz. Drs., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, serta semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Viajeng Purnama. S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, serta semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

6. Ibunda Esti Munafifah, yang tiada henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan doa yang tiada hentinya sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik sesuai dengan apa yang orang tua harapkan.
7. Ibu Napsiah, nenek yang terus mendoakan serta menjadi sandaran hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Nadiyah El Haqdiayanahesa, kakak yang tidak pernah berhenti memberikan segala motivasi, doa, dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah mengajarkan untuk tetap kuat dan memaknai semua proses yang dilalui.
9. Kepada diri sendiri. Muhammad Abyan Al Hikmatiar. Terima kasih sudah tetap bertahan sampai dititik ini. Meskipun seringkali merasa putus asa atas apa yang terjadi, namun terima kasih sudah menjadi kuat dan terus mencoba.
10. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Bunga Ratu Portuna Dewi Santriani. Terima kasih telah berkontribusi banyak dalam masa perkuliahan. Terima kasih juga telah meluangkan banyak waktunya untuk membantu dan mendengarkan segala keluh kesah, menghibur, dan memberikan semangat untuk terus maju sampai dititik ini.
11. Terakhir, seluruh rekan-rekan dan kerabat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih selalu mendukung dan menguatkan serta mendoakan penulis dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Hanya ucapan terima kasih dan dopa tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Ribbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, Oktober 2024

Penulis,


Muhammad Abyan Al Hikmatiar

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iv |
| ABSTRACT | v |
| ABSTRAKSI | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 10 |
| C. Tujuan Penelitian | 10 |
| D. Manfaat Penelitian | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 12 |
| A. Tinjauan Penelitian Terdahulu | 12 |
| B. Landasan Teori | 16 |
| 1. Perilaku Konsumen..... | 16 |
| 2. Keputusan Pembelian | 17 |
| 3. Promosi | 20 |
| 4. Kualitas produk | 26 |
| 5. Harga | 29 |
| C. Kerangka Fikir | 35 |
| D. Hipotesis | 36 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 38 |
| A. Jenis Penelitian | 38 |
| B. Lokasi Penelitian | 38 |
| C. Populasi dan Sampel | 38 |

| | |
|---|-----------|
| 1. Populasi | 38 |
| 2. Sample | 39 |
| D. Data dan Sumber Data | 40 |
| E. Definisi Operasional | 40 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 42 |
| G. Instrumen Penelitian | 43 |
| 1. Uji Validitas..... | 43 |
| 2. Uji Reliabilitas | 44 |
| H. Uji Asumsi Klasik | 45 |
| 1. Uji Normalitas | 45 |
| 2. Uji Multikolinearitas | 45 |
| 3. Uji Heteroskedastisitas | 46 |
| I. Teknik Analisis Data | 46 |
| 1. Regresi Linear Berganda..... | 46 |
| 2. Rentang Skala | 47 |
| J. Uji Hipotesis | 47 |
| 1. Uji Signifkan Parsial (Uji-t)..... | 47 |
| 2. Uji Simultan (Uji F) | 48 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 50 |
| A. Karakteristik Responden..... | 50 |
| 1. Berdasarkan Jenis Kelamin | 50 |
| 2. Berdasarkan Usia | 50 |
| B. Uji Instrumen Penelitian | 51 |
| 1. Uji Validitas | 51 |
| 2. Uji Reliabilitas | 52 |
| C. Uji Asumsi Klasik | 52 |
| 1. Uji Normalitas | 52 |
| 2. Uji Multikolinearitas | 53 |
| 3. Uji Heteroskedastisitas | 53 |
| D. Teknik Analisis Data | 54 |

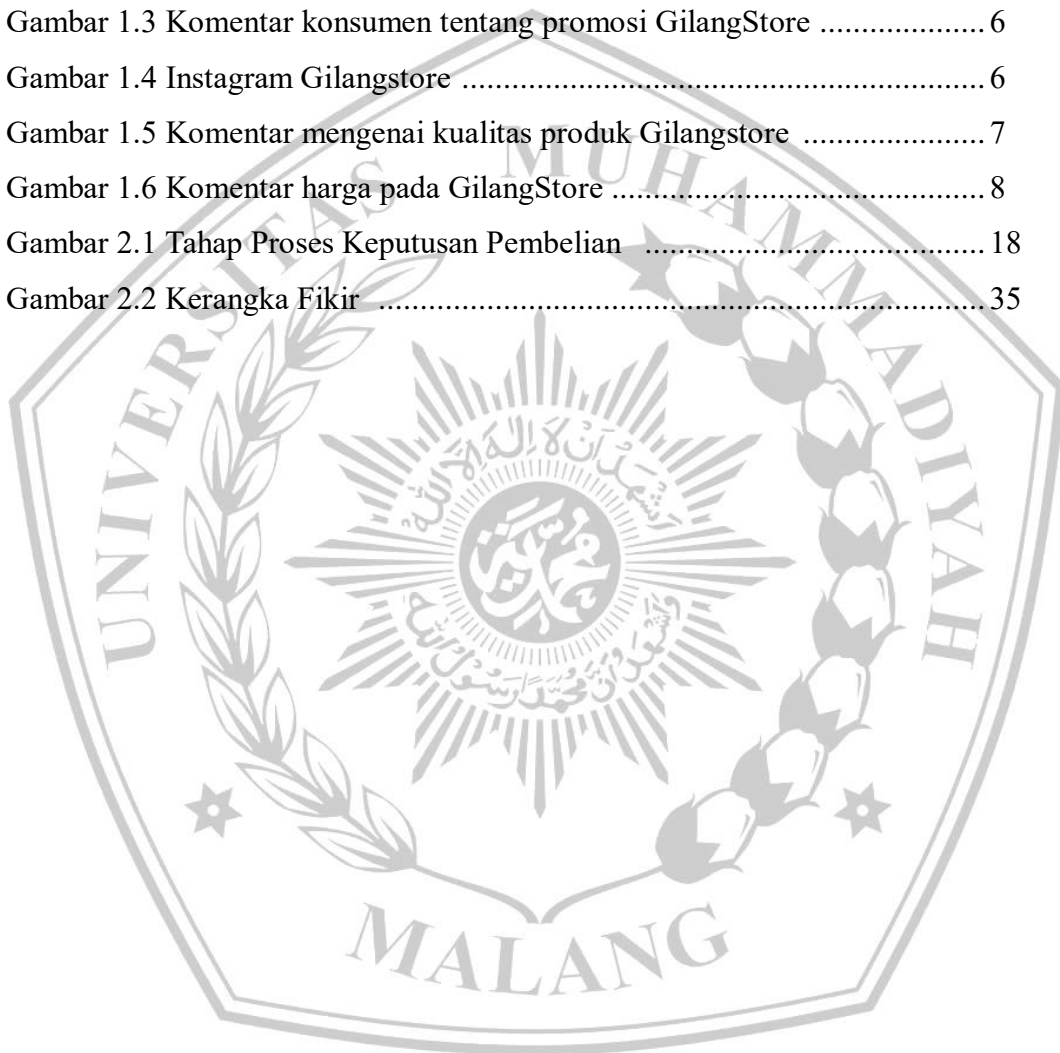
| | |
|--|-----------|
| 1. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 54 |
| 2. Persamaan Regresi | 55 |
| 3. Rentang Skala | 56 |
| E. Uji Hipotesis | 60 |
| 1. Uji t..... | 60 |
| 2. Uji f | 61 |
| F. Pembahasan | 62 |
| 1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian | 62 |
| 2. Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian | 63 |
| 3. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian | 63 |
| 4. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Harga secara bersamaan terhadap Keputusan Pembelian | 64 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 66 |
| A. Kesimpulan | 66 |
| B. Saran | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 69 |
| LAMPIRAN | 71 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 12 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variable | 41 |
| Tabel 3.2 Skala Likert | 43 |
| Tabel 4.1 Kriteria Responden | 50 |
| Tabel 4.2 Kriteria Responden | 50 |
| Tabel 4.3 Uji Validitas | 51 |
| Tabel 4.4 Uji Reliabilitas | 52 |
| Tabel 4.5 Uji Normalitas | 53 |
| Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas | 53 |
| Tabel 4.7 Uji Heterokedastisitas | 54 |
| Tabel 4.8 Hasil Regresi Linier Berganda | 54 |
| Tabel 4.9 Hasil Rentang Skala Keputusan Pembelian | 56 |
| Tabel 4.10 Hasil Rentang Skala Promosi | 57 |
| Tabel 4.11 Hasil Rentang Skala Kualitas Produk | 58 |
| Tabel 4.12 Hasil Rentang Skala Harga | 59 |
| Tabel 4.13 Uji t | 60 |
| Tabel 4.12 Uji F | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Data Pengguna Sosial Media Indonesia 2017-2026 | 3 |
| Gambar 1.2 Data Pengguna Aktif Sosial Media di Indonesia | 4 |
| Gambar 1.3 Komentar konsumen tentang promosi GilangStore | 6 |
| Gambar 1.4 Instagram Gilangstore | 6 |
| Gambar 1.5 Komentar mengenai kualitas produk Gilangstore | 7 |
| Gambar 1.6 Komentar harga pada GilangStore | 8 |
| Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian | 18 |
| Gambar 2.2 Kerangka Fikir | 35 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Kuisiner Penelitian | 71 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data | 74 |
| Lampiran 3 Hasil SPSS | 79 |



DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta: Erlangga.
- Almasdi, S. (2008). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PN. Balai Pustaka.
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ardiansyah, M. F., & K, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(9), 1278–1285.
- Arieca, D. (2002). *Tinjauan Atas Pelaksanaan Promosi Di Depok Fantasi Waterpark*. 52(1), 1–5.
- Fraenkel, J., Wallen, N., & Hyun, H. (2012). *Cara merancang dan mengevaluasi penelitian dalam pendidikan*. New York: McGraw Hill.
- Garvin, & Davis. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Terjemahan M.N. Nasution. Erlangga.
- Gerung, C, J., Sepang., J., & S.Loindong. (2017). Pengaruh Variabel Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada Pt Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1–12.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup.
- Kesuma, M., Fitria, D., & Umar, A. U. A. Al. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 13–20.
- Kotler, K. (2011). *Marketing Management*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Prehalindo.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*.
- Kotler, P., & K, K. L. (2009). *Management Marketing*.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Marlius, D. (2022). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1), 1–8.
- Nurtjahjo, H. (2017). Lembaga, Badan, Dan Komisi Negara Independen (State Auxiliary Agencies) Di Indonesia: Tin.Jauan Hukum Tata Negara. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 35(3), 275–286.
- Prasetya, S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Koran Jawa Pos. *Jurnal ASET*, 22(2), 1–12.
- Ridwansyah, A. (2017). *Instant Markeing For Busy People : Rangkuman Intisari Pemasaran Esensi*. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, K. W., Waluyo, H. D., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin Di Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 95–105.
- Schiffman., & Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Sugiyono. (2016). *metode penelitsn pendidikan pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&D* (23rd ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 2(2), 1–14.
- Surahman. (2020). *Metode Penelitian*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Tsitsi, e. a. (2013). The Adaption of Social Media Marketing in South African Banks. *European Business Review*, 25(1), 1–12.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *JUNE*, 7(1), 1–12.



Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 10/10/2024

Kode : 2472287678
Nama : Muhammad Abyan Al Hikmatiar
NIM : 202010160311112
Prodi : Manajemen
Naskah publikasi : **LULUS**
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M



Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 10/10/2024

Kode : 2472287678
Nama : Muhammad Abyan Al Hikmatiar
NIM : 202010160311112
Prodi : Manajemen
Naskah publikasi : **LULUS**
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M