

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS PADA TOKO  
ELIZABETH JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana**

**Manajemen**



**Oleh :**

**SITI MARIYAM**

**16.1041.1034**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2020**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS PADA TOKO  
ELIZABETH JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana**

**Manajemen**



**Oleh :**

**SITI MARIYAM**

**16.1041.1034**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2020**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Mariyam

NIM : 1610411034

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS PADA TOKO ELIZABETH JEMBER; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapunserta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dn siap dituntut di muka hokum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dan pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Juli 2020

Yang Menyatakan,



Siti Mariyam

NIM. 16.1041.1034

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS PADA TOKO  
ELIZABETH JEMBER**



Oleh:

SITI MARIYAM

NIM. 16.1041.1034

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Trias Setyowati. SE, MM

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Trias Setyowati'.

Dosen Pembimbing Pendamping : Jekti Rahayu, SE, M. Si


A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be 'Jekti Rahayu'.

## PENGESAHAN


Skripsi berjudul : *Analisis Pengaruh Bauran Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian tas pada toko Elizabeth Jember*, telah diuji dan di sahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Pada :

Hari :  
Tanggal :  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji

  
Naely Azhad.Drs.MM  
NIP 196612311993031006

Anggota 1,


  
Trias Setyowati.SE.MM  
NPK 04 09 477

Anggota 2,


  
Jekti Rahayu.SE.M.Si  
NPK 17 03 793

Mengesahkan :

Dekan,

  
Maheni Ika Sari, SE., MM  
NIP 197708112005012001

Ketua Program Studi,

  
Haris Hermawan,SE, MM  
NPK 15 03 640

## ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan bauran promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian tas pada toko Elizabeth Jember secara parsial dan simultan. Objek penelitian ini dilakukan di toko Elizabeth Jember yang berlokasi di Jl. Jendral Ahmad Yani VI No.49, Sawahan Cantian, Kepatihan, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 6813. Penelitian ini menggunakan metode *non probability Sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Analisis yang digunakan yaitu analisis kuantitatif (uji validitas dan uji reabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji heterokedastisitas, uji multikolinieritas, uji normalitas, pengujian hipotesis (uji F dan uji T), serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil uji regresi linear berganda diketahui bahwa variabel bauran promosi (0,228), kualitas produk (0,228), harga (0,513) yang berarti semua variabel berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji F dengan nilai signifikan (0,000) bahwa semua variabel berpengaruh signifikan dan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Pada hasil uji T menghasilkan bauran promosi (0,006), kualitas produk (0,009) dan harga (0,000) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : bauran promosi, kualitas produk, harga, keputusan pembelian

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the significant influence of the promotional mix, product quality and price on the purchase decision of the bag at the Elizabeth Jember store partially and simultaneous. The object of this research was conducted at Elizabeth Jember's store located at Jl. Jendral Ahmad Yani VI No.49, Sawahan Cantian, Kepatihan, Kaliwates sub-district, Jember district, East Java 6813. This research uses the method non probability Sampling. The samples used in this study were 75 respondents and data collection techniques through interviews, questionnaires and library studies. The analysis used is quantitative analysis (validity test and reusability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (heterokedastisity test, multicholinergic test, normality test, autocorrelation test) hypothesis testing (test F and T test), as well as analysis coefficient of determination ( $R^2$ ). Multiple linear regression test results are known that the promotion mix variables (0.228), product quality (0.228), Price (0.513) meaning all variables positively affect the purchasing decision. Based on test results F with a significant value (0.000) that all the variables have significant effect and simultan against purchasing decisions. In the results of Uju T produce a promotional mix (0.006), product quality (0.009) and the price (0.000) partially influential significantly on purchasing decisions.*

**Keywords**: Promotion mix, product quality, price, purchase decision

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul judul **“ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TASPADA TOKO ELIZABETH JEMBER (Studi kasus pada toko Elizabeth Jember)”**

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember, Dr. Hanafi, M.Pd
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Haris Hermawan, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Trias Setyowati. SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Jekti Rahayu, SE, M. Si selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Teman-teman Manajemen A dan teman –teman KKN 29 2016 atas dukungan dan semangatnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Jember, Juli 2020

Siti Mariyam

## PERSEMBAHAN

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS PADA TOKO ELIZABETH JEMBER”** dan di ajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember. Saya mengucapkan terimakasih kepada pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung atas penyelesaian skripsi ini.

1. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan pada kedua orang tua saya, orang yang paling berharga dalam hidup saya. Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika kita memiliki orang tua yang lebih memahami kita dari pada diri kita sendiri. Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna.
2. Seluruh sahabat-sahabat ku, Keluarga manajemen A, Keluarga KKN 29, tanpa inspirasi kalian dorongan, dan dukungan yang telah kalian berikan kepada saya, saya mungkin bukan apa-apa saat ini. Terkadang saya merasa seperti tidak berada di tempat ini. Saya hanya merasa tidak ada yang bisa memahami saya. Tetapi kemudian saya ingat bahwa saya memiliki kalian. Sejujurnya saya tidak tahu apa yang akan saya lakukan tanpa kalian semua. Terimakasih telah menjadi manusia terbaik di dunia.
3. Untuk yang kusayangi yang kuhormati para dosenku, dosen pembimbingku dan dosen almamaterku. Ibu Trias Setyowati. SE. MM, Ibu Jekti Rahayu. SE. M. Si selaku dosen pembimbing ku, Izinkan aku mengantarkan ucapan terimakasih, untukmu dosen pembimbing yang telah bersedia membimbingku serta mengantarkanku mengantungi gelar sarjana.



## MOTTO

*"Kesuksesan akan di raih dengan terus belajar"*

*"Suksek adalah berani bertindak dan punya prinsip"*

*"Rahasia keberhasilan adalah kerja keras dan belajar dari kegagalan"*

*"Selama ada keyakinan, Semua akan menjadi mungkin"*

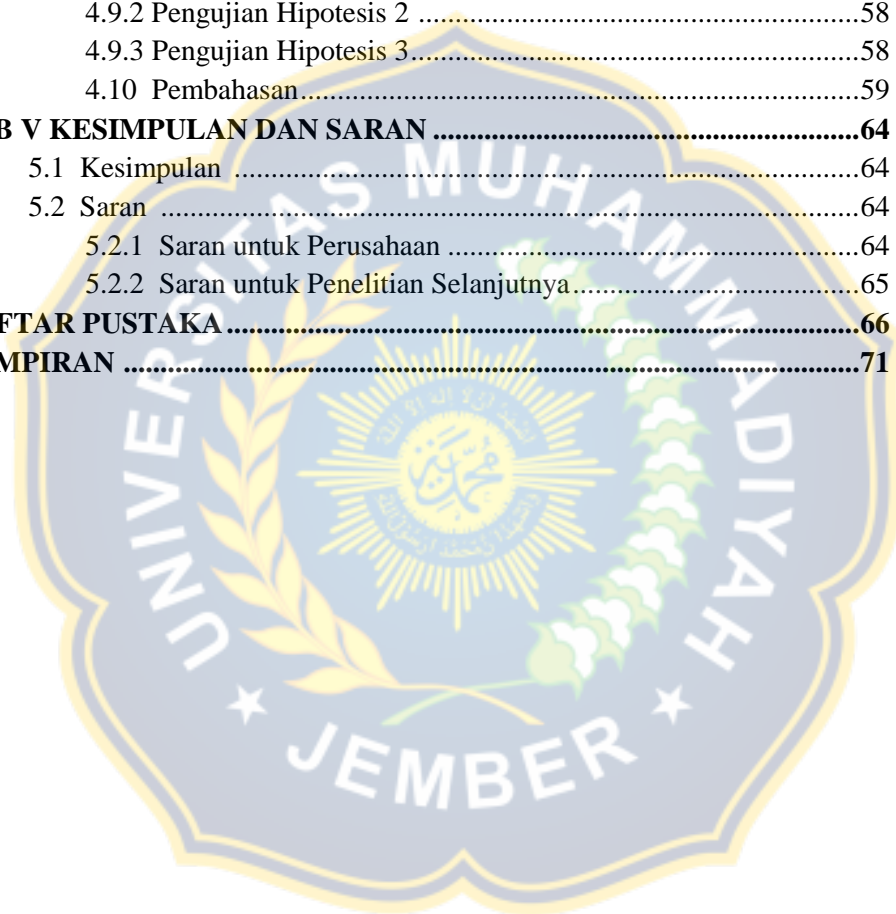


## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN PENULIS</b> .....	<b>ix</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Keputusan Pembelian.....	11
2.2.1 Perilaku Konsumen .....	12
2.2.2 Peranan dalam pembelian .....	13
2.3 Bauran Promosi.....	13
2.3.1 Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ).....	15
2.3.2 Periklanan ( <i>advertising</i> ).....	18
2.4 Kualitas Produk .....	19
2.4.1 Dimensi Kualitas Produk .....	20
2.4.2 Unsur-unsur Produk .....	20
2.4.3 Latar Belakang Kualitas Produk .....	20
2.4.4 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.5 Harga .....	21

2.5.1 Strategi Penetapan Harga .....	21
2.5.2 Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.6 Penelitian Terdahulu .....	23
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28
2.8 Hipotesis Penelitian.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Variabel Penelitian .....	30
3.2 Definisi Operasional Variable .....	30
3.3 Desain Penelitian .....	32
3.4 Jenis Data .....	32
3.5 Populasi dan Sampel .....	33
3.5.1 Populasi .....	33
3.5.2 Sampel .....	33
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.7 Metode Analisis Data .....	35
3.7.1 Analisis Kuantitatif .....	35
3.7.2 Uji Validitas .....	35
3.7.3 Uji Reliabilitas .....	36
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.7.5 Uji Asumsi Klasik .....	38
3.7.5.1 Uji Heterokedastisitas .....	38
3.7.5.2 Uji Multikolineritas .....	38
3.7.5.3 Uji Normalitas.....	39
3.7.6 Pengujian Hipotesis .....	39
3.7.7 Analisis Koefisien Determasi ( $R^2$ ) .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
4.1.1 Profil Perusahaan .....	41
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Elizabeth Bag .....	42
4.2 Deskripsi Data Responden.....	43
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden .....	45
4.4 Analisis Data Kuantitatif.....	50
4.4.1 Uji Validitas.....	50
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.6.1 Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.6.2 Uji Multikolineritas .....	54

4.6.3 Uji Normalitas.....	54
4.7 Pengujian Hipotesis .....	55
4.7.1 Uji Statistik F (F-test) .....	55
4.7.2 Uji Statistik T .....	56
4.8 Analisis Koefisien Determasi ( $R^2$ ) .....	57
4.9 Pengujian Hipotesis .....	57
4.9.1 Pengujian Hipotesis 1 .....	57
4.9.2 Pengujian Hipotesis 2 .....	58
4.9.3 Pengujian Hipotesis 3.....	58
4.10 Pembahasan.....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	64
5.2.1 Saran untuk Perusahaan .....	64
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>71</b>

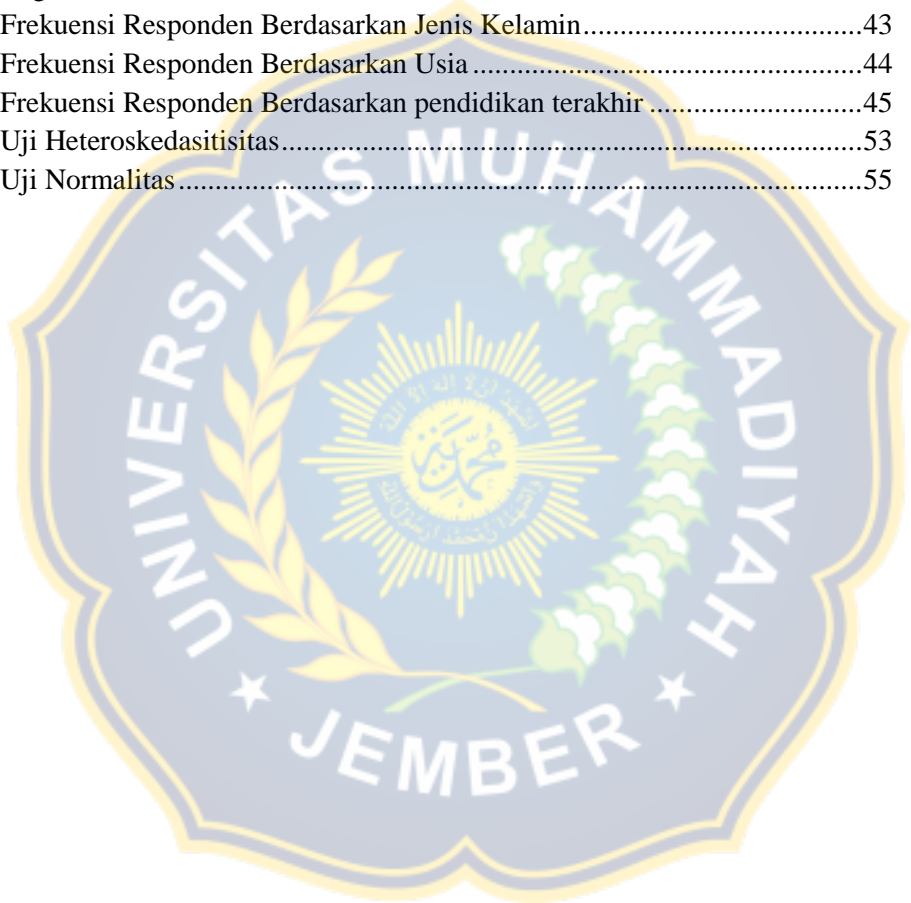


## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Ranting Produk Tas Dalam Top Brand Indeks Fase 2 2015.....	3
Tabel 1.2 Ranting Produk Tas Dalam Top Brand Indeks Fase 2 2016.....	3
Tabel 1.3 Ranting Produk Tas Dalam Top Brand Indeks Fase 2 2017.....	3
Tabel 1.4 Ranting Produk Tas Dalam Top Brand Indeks Fase 2 2018.....	4
Tabel 1.5 Ranting Produk Tas Dalam Top Brand Indeks Fase 2 2019.....	4
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 4.1 Jumlah Frekuensi Jenis Kelamin Responden .....	43
Tabel 4.2 Jumlah Frekuensi Usia Responden .....	44
Tabel 4.3 Jumlah Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden .....	44
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden pada variabel Bauran Promosi (X1) ...	46
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden pada variabel Kualitas Produk (X2) ...	47
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden pada variabel Harga (X3) .....	48
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y)...	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolineritas .....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	57
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis.....	59

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
1.1 Grafik data penjualan produk tas Elizabeth Jember.....	5
2.1 Model Perilaku Konsumen .....	13
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28
4.1 Logo Elizabeth .....	41
4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	44
4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan pendidikan terakhir .....	45
4.5 Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.6 Uji Normalitas.....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	71
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian .....	75
Lampiran 3 Karakteristik Responden .....	76
Lampiran 4 Data Responden .....	76
Lampiran 5 Hasil Tanggapan Responden .....	80
Lampiran 6 Uji Validitas Dan Uji Reabilitas .....	83
Lampiran 7 Hasil Analisis Regsi Linier Berganda .....	88
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik .....	90
Lampiran 9 Uji Hipotesis .....	90
Lampiran 10 Koefisien Determasi .....	91
Lampiran 11 Dokumentasi .....	92

