



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
Q'LAV POMADE  
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas  
Muhammadiyah Jember Angkatan Tahun 2015-2017)**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu  
syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:**

**Shohibul Hasan  
NIM. 14.1041.1052**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2018**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shohibul Hasan

NIM : 1410411052

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK Q'LAV POMADE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan Tahun 2015-2017), adalah hasil karya sendiri. Kecuali dari 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 dengan sikap ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang ditugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 25 Juli 2018

Yang menyatakan,

Shohibul Hasan

NIM. 14.1041.1052

## SKRIPSI

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK Q'LAV POMADE**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas  
Muhammadiyah Jember Angkatan Tahun 2015-2017)**



Dosen Pendamping Utama : Dr. Nurul Qomariah, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Dra. Wenny MT. M.Si.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK Q'LAV POMADE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan Tahun 2015-2017)

Telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 25 Juli 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

**Drs. M. Naelly Azhad, M.Si**  
**NIP. 196612311993031006**

Anggota 1,

Anggota 2,

**Dr. Nurul Qomariah, MM.**

**NPK. 06 03 426**

**Dra. Wenny MT. M.Si.**

**NPK. 84 07 039**

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

**Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si.**

**NPK. 01 09 289**

**Drs. Anwar, M.Sc.**

**NPK. 85 03 125**

## MOTTO

**Orang yang takut kepada Allah atau bertaqwa kepadaNya maka  
sesungguhnya Allah pasti akan membimbingmu dalam menjalani kehidupan  
di dunia dengan benar.**

(Qs. Al Baqarah : 282)

**Barang siapa merasa letih di malam hari karena bekerja, maka di malam itu  
ia diampuni.**

(H.R. Ahmad)

**Melangkah kedepan tanpa meragukan akan suatu kegagalan, karna  
keyakinan merupakan tingkat keimanan kepada Allah SWT**

(Shohibul Hasan)

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, ilmu dan kasih-Nya kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa saya ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu saya di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Terimakasih untuk kedua Orang tua tercinta H. Umi Mas Ruroh dan H. Nur Hasan, yang selama ini mendidik, membimbingku dan tiada henti-hentinya menyayangiku. Dan selalu menuntun ke jalan dunia dan akhirat. Mereka merupakan orang-orang terkasihku serta inspirasi untuk melangkah dalam hidup ini.
2. Terimakasih untuk semua saudara atau teman dekatku atas bantuannya baik motivasi, saran dan bantuan yang lainnya yang telah diberikan kepada saya.
3. Terimakasih untuk semua sahabat saya tercinta yang membantu mengajari saya: Mbak Gigik, Frahan raiza, Ahmad Rizal Nasrullah, Fahmi, Muhtar Fadli, Anisa, Mega, sedikit banyak kalian semua spesial dan luar biasa.
4. Dan terimakasih untuk Tasmi Fitri yang mengingatkan dan memberi semangat dalam candamu yang banyak menginspirasi untuk segera menyelesaikan skripsi hingga selesai semoga kamu tidak lupa dengan diri ini.
5. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2014 khususnya kelas B terimakasih kekompakan dan kebersamaan selama kita kuliah.

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Q-lav Pomade Jember. Responden dalam penelitian ini berjumlah 40 Orang konsumen yang telah melakukan pembelian di Q-lav Pomade Jember. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, kuisioner dan wawancara. Sedangkan metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, Uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Q-lav pomade Jember. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Q-lav pomade Jember. Dan Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di Q-lav pomade Jember.

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



## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the effect of product, price and promotion of purchasing decisions on Q-lav Pomade Jember. Respondents in this study amounted to 40 consumers who have made purchases in Q-lav Pomade Jember. Data collection techniques used in this study are observation, questionnaire, and interview. While the method used in determining the sample is purposive sampling. The analysis technique used in multiple linear regression. The results of this study indicate that the product has a significant positive effect on purchasing decision in Q-lav Pomade Jember. Price has a significant positive effect on purchasing decision in Q-lav Pomade Jember. And Promotion has a significant positive effect on purchasing decision in Q-lav Pomade Jember.*

*Keywords: Quality Pruduct, Price, Promotion, and Purchasing decision.*





## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

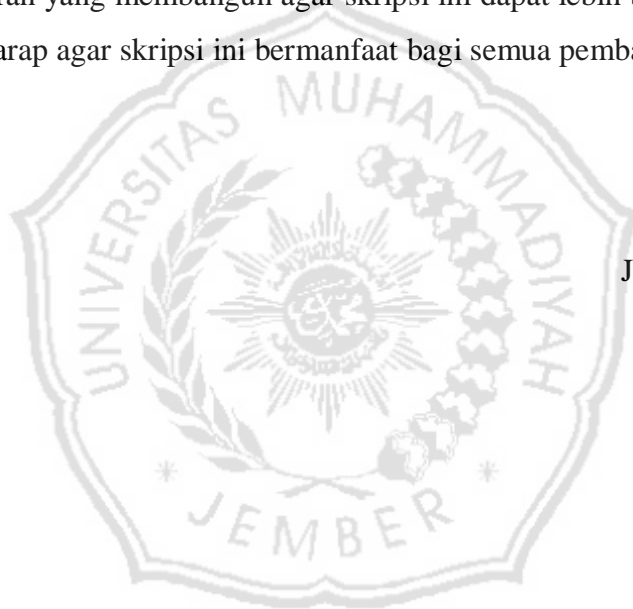
Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang telah Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK Q'LAV POMADE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan Tahun 2015-2017)

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis..
3. Dr. Nurul Qomariah, MM. selaku dosen pembimbing I dan selaku dosen pembimbing II Dra. Wenny MT., M.Si. yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Drs. M. Nelly Azhad, M.Si. selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh staf pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya staf pengajar Jurusan Manajemen.
6. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sini semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis menyadari isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun masih ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.



Jember, 25 Juli 2018

Penyusun

**Shohibul Hasan**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	7
1.2 Latar Belakang .....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1.41 Tujuan .....	7
1.42 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 . Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	9
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	10
2.1.3.1 Kualitas Produk ( <i>Quality Product</i> ).....	10
2.1.3.1.1 Dimensi Kualitas produk .....	13
2.1.3.1.2 Indikator Kualitas Produk .....	13

2.1.3.2 Harga ( <i>Price</i> ).....	15
2.1.3.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga .....	16
2.1.3.2.2 Indikator Harga.....	18
2.1.3.3 Promosi( <i>Promotion</i> ) .....	19
2.1.3.3.1 Pengertian Promosi .....	19
2.1.3.3.2 Tujuan Promosi .....	19
2.1.3.3.3 Dimensi Promosi .....	22
2.1.3.3.4 Indikator .....	22
2.1.4. Keputusan Pembelia .....	22
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	22
2.1.4.2 Ruang lingkup Keputusan Pembelian.....	24
2.1.4.3 Tipe Keputusan Pembelian .....	25
2.1.4.4 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Akhir .....	26
2.1.4.5 Indikator Keputusan Pembelian .....	27
2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Konseptual.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian .....	30
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.4.4.Pengagruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Identifikasi Variabel Dan Devinisi Oprasional Variable .....	35
3.1.1 Identifikasi Variable .....	35
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat.....	35
3.1.3 Variabel Independen/Bebas .....	35
3.1 Definisi Operasional Variabel .....	36
3.2.1 Produk ( $X_1$ ).....	36
3.2.2 Harga ( $X_2$ ).....	36
3.2.3 Promosi ( $X_3$ ) .....	36

3.2.4 Variabel Dependen Keputusan pembelian (Y) .....	37
3.3. Jenis Data .....	37
3.3.1 Data Primer .....	37
3.3.2 Data Sekunder .....	37
3.4. Metode Penentuan, Populasi Dan Sampel .....	38
3.4.1 Populasi .....	38
3.4.2 Sampel .....	38
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	39
3.5.1 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.5.2 Analisis Kriteria Responden .....	41
3.5.3 Teknik Analisis Data .....	41
3.6. Uji Instrumen Data .....	42
3.6.1 Uji Validitas .....	42
3.6.2 Uji Realibilitas .....	42
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
3.6.4 Uji Asumsi Klasik .....	44
3.6.4.1 Uji Normalitas ( <i>Normality</i> ).....	44
3.6.4.2 Uji Multikolinearitas .....	44
3.6.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	45
3.7. Uji Hipotesis.....	46
3.7.1 Uji F.....	46
3.7.2 Uji t.....	47
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
<b>BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	49
4.1.2 Q'lav Pomade Menyediakan Produk Tanpa Label .....	49
4.1.3 Visi, Misi Dan Tujuan .....	50
4.1.4 Struktur Organisasi dan Tugasnya .....	51
4.1.5 Deskripsi Statistik Responden .....	54
4.2 Pengujian Instrumen Data .....	55
4.2.1 Pengujian Validitas Data .....	55

4.2.2 Pengujian Reliabilitas Data.....	56
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	57
4.4. Pengujian Asumsi Klasik .....	58
4.4.1 Pengujian Normalitas .....	58
4.4.2 Pengujian Multikolinearitas.....	59
4.5. Pengujian Hipotesis .....	59
4.5.1 Uji F.....	59
4.5.2 Uji t.....	60
4.5.3 Koefisien Determinasi.....	61
4.6. Pembahasan .....	62
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Data Produk Minyak Rambut Pomade Di Indonesia .....	4
Tabel 1.2: Omset penjualan Q'lav Pomade Jember.....	5
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 4.1: Responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan Tahun 2015,2016 dan 2017 .....	54
Tabel 4.2: responden variabel X1 Kualitas Produk .....	54
Tabel 4.3: responden variabel X2 Harga.....	56
Tabel 4.4: responden variabel X3 Promosi .....	57
Tabel 4.5: responden variabel X4 Keputusan .....	58
Tabel 4.6: Responden Melakukan Pembelian .....	59
Tabel 4.7: Pengujian Validitas .....	60
Tabel 4.8: Pengujian Reliabilitas .....	61
Tabel 4.9: Hasil Analisis Regresi Berganda .....	62
Tabel 4.10: Hasil Uji t.....	65
Tabel 4.11: Hasil Uji Koefesien Determinasi .....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2: Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 4.1: Strukur Organisasi Q'lv Pomade Jember.....	52
Gambar 4.2: Hasil Pengujian Normalitas.....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : Pengantar Kuesioner, Petunjuk Pengisian, Kuesioner  
LAMPIRAN II : Rekapitulasi Kuesioner  
LAMPIRAN III : Frekuensi Karakteria Responden  
LAMPIRAN IV : Uji Validitas  
LAMPIRAN V : Uji Reliabilitas  
LAMPIRAN VI : Uji Regresi, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis  
LAMPIRAN VII : Dokumentasi  
LAMPIRAN VIII : Jurnal Penelitian Terdahulu



