

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIPCREAM* PADA
KALANGAN MAHASISWI ANGKATAN 2019/2020
DI STIE PPI TANGERANG**



SKRIPSI

Di Ajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh :

Nama : **META SARI**
NIM : 1916120090
Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
PUTRA PERDANA INDONESIA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TANGERANG**

2023

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **META SARI**
NIM : 1916120090
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lipcream* pada Kalangan Mahasiswi Angkatan 2019/2020 di STIE Putra Perdana Indonesia Tangerang

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Putra perdana indonesia dan Undang-undang Pendidikan Republik Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak di paksakan.

Tangerang, 20 Februari 2023



META SARI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : META SARI
NIM : 1916120090
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : STRATA SATU (S1)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lipcream* pada Kalangan Mahasiswi Angkatan 2019/2020 di STIE Putra Perdana Indonesia Tangerang

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi guna melengkapi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Tangerang, 20 Februari 2023

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi,



Drs. Satrias Djamaran, S.E., M.M

Dosen Pembimbing,



Popong Suryani, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN

NAMA : META SARI
NIM : 1916120090
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : STRATA SATU (S1)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lipcream* pada Kalangan Mahasiswi Angkatan 2019/2020 di STIE Putra Perdana Indonesia Tangerang

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 13 Juli 2023 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen dihadapan Tim penguji dibawah ini.

Pembimbing

Popong Suryani, S.E., M.M.

Tim penguji :
Ketua : Toni Suhara, S.E.,M.M.
Anggota 1 : Ischak L. Tobing, M.Si.
Anggota 2 : Popong Suryani, S.E.,M.M.

Disahkan pada tanggal 13 Juli 2023

STIE Putra Perdana Indonesia



Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M

ABSTRAKSI

META SARI, 1916120090

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIPCREAM* PADA KALANGAN MAHASISWI ANGKATAN 2019/2020 DI STIE PUTRA PERDANA INDONESIA TANGERANG”

Skripsi, Program Studi Manajemen, 2023

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian

(xi+106+Lampiran)

Abstraksi: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *lipcream* pada kalangan mahasiswi angkatan 2019/2020 di STIE PPI Tangerang. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dan pengambilan sample 70 orang dari 199 mahasiswi. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25. Sedangkan teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis (uji t dan uji f). Dari hasil uji t parsial untuk kualitas peoduk (X1) diperoleh $t_{hitung} 4,735 > t_{tabel} 1,668$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Sedangkan untuk variabel promosi (X2) diperoleh $t_{hitung} 4,057 > t_{tabel} 1,668$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel promosi (X2) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Apabila secara simultan untuk kualitas produk (X1) dan promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) yang berdasarkan hasil uji F (Anova) atau F_{hitung} sebesar 36,697 dimana lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,134 dengan signifikansi 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan promosi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puja dan puji syukur, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, petunjuk, dan nikmat yang diberikan-nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini; Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lipcream* pada Kalangan Mahasiswi Angkatan 2019/2020 di STIE Putra Perdana Indonesia Tangerang.

Penulis menyadari tanpa adanya dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang selama ini telah membantu, mendukung, membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI) Tangerang.
2. Bapak Drs. Satrias Djamaran, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PPI.
3. Ibu Popong Suryani, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang sangat membantu saya dalam penulisan skripsi ini.
4. Segenap Dosen STIE PPI yang telah memberikan pelajaran selama mengikuti perkuliahan di STIE PPI.

5. Seluruh Staff STIE PPI yang telah memberikan pelayanan dalam menunjang proses perkuliahan di STIE PPI.
6. Kepada Ibu Samsiah dan Bapak Hapzon selaku orang tua saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Dedi Saputra, Yoga Firnanda dan Reza Pahlepi selaku kakak dan adik yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Sintia Juwita dan teman-teman seperjuangan di Prodi Manajemen STIE PPI yang selalu memotivasi, memberikan semangat selama masa studi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan dan penyajian skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi semua pihak, dan dapat dipahami serta berguna sebagaimana mestinya.

Tangerang, 20 Februari 2023

Meta Sari

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Persetujuan Skripsi.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Produk	12
B. Promosi	23
C. Keputusan Pembelian	28
D. Kerangka Pemikiran	34
E. Hipotesis	35
F. Penelitian Terdahulu	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	40
B. Jenis dan Sumber data	41
C. Metode Pengumpulan Data.....	43
D. Populasi dan Sample	44
E. Variabel Penelitian	47
F. Overasional Variabel Penelitian	50
G. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Sejarah Organisasi	62
B. Deskripsi Data Penelitian	66
C. Deskripsi Data Variabel.....	68

D. Analisis Hasil Penelitian	87
E. Pembahasan	103

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	106
B. Saran.....	108

Daftar Pustaka

Lampiran

Riwayat Hidup

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Skala Likert Kuesioner Penelitian	44
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 4.1 Presentase Usia	66
Tabel 4.2 Presentase Pekerjaan	67
Tabel 4.3 Kualitas Produk 1	69
Tabel 4.4 Kualitas Produk 2	69
Tabel 4.5 Kualitas Produk 3	70
Tabel 4.6 Kualitas Produk 4	70
Tabel 4.7 Kualitas Produk 5	71
Tabel 4.8 Kualitas Produk 6	72
Tabel 4.9 Kualitas Produk 7	72
Tabel 4.10 Kualitas Produk 8	73
Tabel 4.11 Kualitas Produk 9	73
Tabel 4.12 Kualitas Produk 10	74
Tabel 4.13 Promosi 1	75
Tabel 4.14 Promosi 2	75
Tabel 4.15 Promosi 3	76
Tabel 4.16 Promosi 4	76
Tabel 4.17 Promosi 5	77
Tabel 4.18 Promosi 6	78
Tabel 4.19 Promosi 7	78
Tabel 4.20 Promosi 8	79
Tabel 4.21 Promosi 9	79
Tabel 4.22 Promosi 10	80
Tabel 4.23 Keputusan Pembelian1	81
Tabel 4.24 Keputusan Pembelian 2	81
Tabel 4.25 Keputusan Pembelian 3	82

Tabel 4.26 Keputusan Pembelian 4	83
Tabel 4.27 Keputusan Pembelian 5	83
Tabel 4.28 Keputusan Pembelian 6	84
Tabel 4.29 Keputusan Pembelian 7	85
Tabel 4.30 Keputusan Pembelian 8	85
Tabel 4.31 Keputusan Pembelian 9	86
Tabel 4.32 Keputusan Pembelian 10	86
Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	88
Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas Promosi	89
Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	90
Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	91
Tabel 4.37 Hasil Uji Reliabilitas Promosi	91
Tabel 4.38 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	92
Tabel 4.39 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov.....	95
Tabel 4.40 Nilai Koefisien Korelasi	96
Tabel 4.41 Hasil Uji Korelasi Parsial	97
Tabel 4.42 Model Summary Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	98
Tabel 4.43 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	99
Tabel 4.44 Hasil Uji T	101
Tabel 4.45 Hasil Uji F.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Presentase Usia.....	66
Gambar 4.2 Presentase Pekerjaan	68
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	93
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Histogram	94