

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LACOCO *SKINCARE* PADA STOKIS CABANG
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Niaga



Disusun oleh :
Eny Wulandari
1121800051

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LACOCO *SKINCARE* PADA STOKIS CABANG
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Niaga



Disusun oleh:
Eny Wulandari
1121800051

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI


Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 30 juni 2022

Dosen Penguji :

1. Dra. Sri Andayani, M.M.
Ketua

()

2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.
Anggota

()

3. Dr. IGN. Anom Maruta, M.M.
Anggota

()

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,

Dr. Dr. Sun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120870103

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ENY WULANDARI
NIM : 1121800051
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LACOCO SKINCARE PADA STOKIS CABANG SURABAYA

Surabaya, 30 Juni 2022

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120870103

Dra. Sri Andayani, M.M.
NPP. 20120930322

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Eny Wulandari

NBI : 1121800051

Program Studi : Administrasi Niaga

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lacoco Skincare Pada Stokis Cabang Surabaya

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, 22 Juni 2022
Yang Membuat Pernyataan



Eny Wulandari

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA



BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eny Wulandari
NBI : 1121800051
Fakultas : Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial
Program Studi : Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

"Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Lacoco *Skinicare* pada Stokis cabang surabaya"

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 22 Juni 2022

Yang Menyatakan

METRAN TEMER
96AFAJX887687406
(Eny Wulandari)

ABSTRACT

In the current era of digital marketing developments, business competition in Indonesia is getting tougher and has strong competition between competitors. This condition also occurs in one of the fields of beauty. By being able to sell beauty products in Indonesia, there are many types and brands of skin care that compete today. This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price, social media promotion on purchasing decisions for lacoco skincare products. The research method used is quantitative method. The data collection technique uses a questionnaire via google form with a population of consumers who buy lacoco skincare products at the Surabaya branch stockist and a sample of 100 respondents using purposive sampling technique. Data analysis techniques using multiple linear regression, classical assumption test and hypothesis testing. The results of the analysis of this study indicate that product quality, price, promotional media have a positive and significant effect on purchasing decisions for lacoco skincare products. The effect of product quality, price and social media promotion on purchasing decisions in this study is 42.5%, while the remaining 57.5% is influenced by other factors not examined by the author.

Keywords: Product Quality, Price, Social Media Promotion and Purchase Decision

ABSTRAK

Di era perkembangan pemasaran digital saat ini membuat persaingan bisnis di Indonesia yang semakin ketat dan memiliki persaingan yang kuat antar kompetitor. Kondisi ini juga terjadi pada salah satu bidang kecantikan. Dengan meningkatnya penjualan produk kecantikan di Indonesia menimbulkan banyaknya ragam jenis dan merek *skincare* yang mampu bersaing hingga saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi media sosial terhadap keputusan pembelian pada produk *lacoco skincare*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner melalui *googleform* dengan populasi konsumen yang membeli produk *lacoco skincare* di stokis cabang Surabaya serta jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, promosi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *lacoco skincare*. Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi media sosial terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini sebesar 42,5%, sedangkan sisanya 57,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi Media Sosial
Keputusan Pembelian**

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Allah atas Karunia dan rahmat Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program Administrasi Niaga, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik berkat bantuan sebagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan serta kelancaran dan kemudahan dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Prof Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,CMA.,CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Dra.Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M selaku Kepala Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dra. Sri Andayani, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dengan kesungguhan hati.
6. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S. selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dengan kesungguhan hati.
7. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Fisip Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
8. kedua orang tua saya Bapak Rebo dan Ibu Tukini, serta kakak yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, doa, moril dan materil, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
9. Seluruh teman-teman angkatan 2018 Program Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan banyak pengalaman dan cerita selama berkuliah di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

10. Aulia Evariyanti, Bela Putri yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan waktu dan pengalaman yang dimiliki penulis, dan masih jauh dari kesempurnaan. Namun penulis berharap bahwa skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 30 Juni 2022

Penulis



Eny Wulandari

NBI : 112180051

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
TANDA PENGESAHAN. SKRIPSI.....	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Masalah.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Definisi Konsep.....	39
2.4 Definisi Operasional.....	40
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran.....	42
2.6 Hipotesis.....	42
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	43
3.1. Rancangan Penelitian.....	43
3.2. Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel.....	43
3.3. Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	45
3.3.1 Skala Pengukuran.....	45
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	45

3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	46
3.4.1 Jenis Data.....	46
3.4.2 Sumber Data.....	46
3.5. Teknik Pengumpulan Data	47
3.6. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Penyajian Data.....	53
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	54
4.1.2 Karakteristik Responden	60
4.1.3 Uji Instrumen	62
4.2 Tabulasi Data.....	67
4.3 Analisis Data.....	90
4.4 Pembahasan.....	98
BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Rekomendasi.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Nomor

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Lacoco di Stokis Cabang Surabaya.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Skala Likert.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Harga (X2).....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Promosi Media Sosial (X3).....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian. (Y).....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas (X1), (X2), (X3) dan (Y).....	66
Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk (X1).....	67
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Kualitas Produk (X1).....	72
Tabel 4.11 Tabulasi Data Variabel Harga (X2).....	73
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Harga (X2).....	78
Tabel 4.13 Tabulasi Data Variabel Promosi Media Sosial (X3).....	79
Tabel 4.14 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Promosi Media Sosial (X3).....	83
Tabel 4.15 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	84
Tabel 4.16 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	89
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov.....	91
Tabel. 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas Menggunakan Uji VIF.....	92
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	93
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	95
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	96
Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	96

DAFTAR GAMBAR

Nomor

Gambar 1.1 Data Penjualan Lacoco <i>Skincare</i> melalui e-commerce.....	4
Gambar 1.2 Perbedaan Harga Produk Lacoco <i>Skincare</i> dengan merek lain.....	5
Gambar 1.3 Promosi Penjualan Produk Lacoco di media sosial.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemikiran.....	42
Gambar 4.1 Produk Lacoco <i>Skincare</i>	54
Gambar 4.11 Uji Normalitas Menggunakan Grafik Normal P-P Plot....	90
Gambar 4.12 Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Grafik Scatter Plot ZPRED dan SRESID.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Pernyataan Kuisisioner Penelitian.....	112
2. Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	117
3. Uji Validitas Harga (X2).....	118
4. Uji Validitas Promosi Media Sosial (X3).....	119
5. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	120
6. Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1).....	121
7. Uji Reliabilitas Harga (X2).....	122
8. Uji Reliabilitas Promosi Media Sosial (X3).....	123
9. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	124
10. Kartu Bimbingan.....	125
11. Lembar Perintah Revisi.....	125