

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA DI KOTA SURABAYA



Oleh :

HUSAI SEPTIAN ADIBROTO
NBI : 1211700315

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU VENTELA DI KOTA SURABAYA**



Oleh :

HUSAI SEPTIAN ADIBROTO

NBI : 1211700315

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU VENTELA DI KOTA SURABAYA**



Oleh :

HUSAI SEPTIAN ADIBROTO

NBI : 1211700315

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU VENTELA DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

HUSAI SEPTIAN ADIBROTO

NBI : 1211700315

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Husai Septian Adibroto
NBI : 1211700315
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Kota Surabaya

Surabaya, 02 Juli 2021
Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing,



Drs., Ec., Mataji, MM.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal **15 Juli 2021**.

TIM PENGUJI:


1. Dr. Hj. Sumiati, MM

- Ketua



2. Dr. Feliks A.B.K. Panjaitan, MM.,
CM. NNLP., CMA

- Anggota



3. Drs. Ec. Mataji, MM.

- Anggota



Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : Husai Septian Adibroto (L)
2. NBI : 1211700315
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578 0426 0997 0012
6. Alamat Rumah (KTP) : Jl. Ngagel Dadi IIC No.05, Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PERIKLANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA
DI KOTA SURABAYA**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAG Surabaya.

Surabaya, 2 Juli 2021

Penulis,



(Husai Septian Adibroto)



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 : Husai Septian Adibroto
NBI : 1211700163
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas karya saya yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PERIKLANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA
DI KOTA SURABAYA

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (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 nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : **2 Juli 2021**

Yang Menyatakan,



(Husai Septian Adibroto)

MOTTO

Hidup yang tidak diuji adalah hidup yang tidak bernilai

“The unexamined life is not worth living”

(Socrates)

“Rasa bangga akan berbanding lurus dengan seberapa besar usaha untuk mendapatkannya”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama, saya mengucapkan terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

Penelitian ini saya persembahkan untuk :

Orang tua tercinta, kakak dan adik tersayang, atas limpahan doa, perhatian, kasih sayang, dan dukungan yang telah diberikan selama ini.

Sahabat-sahabat saya atas segala dukungan dan doanya.

Terimakasih untuk seluruh responden penelitian yang telah bersedia menjadi bagian dari penelitian ini.

Dan untuk almamaterku Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, tempatku menimba ilmu pengetahuan serta belajar banyak tentang perjalanan hidup.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya, ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Drs., Ec., Mataji, MM. Selaku Pembimbing yang telah banyak ilmu serta memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan wawasannya, Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. Seluruh sahabat dan keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak membantu, memberi semangat dan doa serta bantuan dalam menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menjadi penyemangat saya.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Kita sebagai manusia yang berakal harus terus berjuang dalam lelahnya belajar karena sejatinya dunia ini memang tempat lelah bukan tempat istirahat, dan jangan sampai kita hidup tanpa arah yang jelas untuk itu kita terus harus belajar demi masa depan lebih baik.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 2 Juli 2021



Penulis

ABSTRACT

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND ADVERTISING ON PURCHASE DECISION VENTELA SHOES AT SURABAYA

Ventela is a shoe brand made by PT. Sinar Runnerindo which is located at Soreang, Kopo Katapang KM 12.8, Bandung. Ventela Shoes is one of the shoe brands produced by a large factory at Bandung since 1970. Producing a local brand called Dallas, then reborn and now called Ventela. Ventela itself became known in 2017 by William Ventela, an owner of a retreading shoe factory since 1989 at Bandung, West Java who is now better known as Ventela.

The research objectives to be achieved in accordance with the formulation of the problem described above are to determine, analyze, and answer the role of Product Quality, Price Perception, and Advertising decisions on the purchase of Ventela shoes in the city of Surabaya. This study took respondents from three retail stores that sell Ventela shoes. The type of research used is quantitative research methods with data collection methods conducted through questionnaires and samples taken as many as 100 respondents with saturated sampling technique from an unlimited number of populations. The analytical technique used is multiple linear analysis and for hypothesis testing, the t test and F test are used. While the classical assumption test used is the Normality Test, the Kedastisity Test, and the Multicollinearity Test.

The results showed that product quality had an effect on purchasing decisions as evidenced by the t-test which showed a significance value of $0.048 < 0.05$, price perception had an effect on purchasing decisions as indicated by the t-test which showed a significance value of $0.008 < 0.05$, and influenced the decision. as evidenced by the t-test which shows a significance value of $0.000 < 0.05$. The results also show that product quality, price perception, and advertising have a simultaneous effect on purchasing decisions as evidenced by the F test which shows a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Advertising, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pemasaran	5
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.2.1 Fungsi-fungsi Pemasaran.....	5
2.1.2.2 Konsep Pemasaran	6
2.1.2.3 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.2.4 Tujuan Pemasaran.....	8
2.1.3 Perilaku Konsumen	8
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.1.3.2 Model Perilaku Konsumen	8
2.1.4 Kualitas Produk.....	9
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	9
2.1.4.2 Indikator-Indikator Kualitas Produk	10
2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	10
2.1.5 Persepsi Harga.....	12

	2.1.5.1	Pengertian Persepsi Harga	12
	2.1.5.2	Indikator-indikator Persepsi Harga	13
2.1.6		Periklanan.....	13
	2.1.6.1	Pengertian Periklanan	14
	2.1.6.2	Tujuan Periklanan	14
	2.1.6.3	Indikator-Indikator Periklanan.....	15
2.1.7		Keputusan Pembelian.....	16
	2.1.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian	16
	2.1.7.2	Indikator Keputusan Pembelian.....	16
	2.1.7.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	17
	2.1.7.4	Proses Pengambilan Keputusan	20
2.2		Penelitian Terdahulu	22
2.3		Hubungan Antar Variabel	25
	2.3.1	Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	25
	2.3.2	Hubungan Antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	25
	2.3.3	Hubungan Antara Periklanan dengan Keputusan Pembelian	26
	2.3.4	Hubungan Antara Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Periklanan dengan Keputusan Pembelian	26
2.4		Kerangka Konseptual	26
2.5		Hipotesis.....	27
BAB 3		METODE PENELITIAN	29
3.1		Desain Penelitian.....	29
3.2		Tempat dan Waktu Penelitian	29
	3.2.1	Tempat.....	29
	3.2.2	Waktu	29
3.3		Jenis dan Sumber Data.....	29
	3.3.1	Jenis Data	29
	3.3.2	Sumber Data.....	30
3.4		Populasi dan Sampel	30
	3.4.1	Populasi	30
	3.4.2	Sampel.....	30
3.5		Teknik Pengumpulan Data.....	30
	3.5.1	Interview (Wawancara)	31
	3.5.2	Kuisisioner (Angket).....	31
3.6		Devinisi Variabel dan Definisi Operasional.....	31

3.6.1	Devinisi Variabel.....	31
3.6.1.1	Devinisi Variabel Kualitas Produk	31
3.6.1.2	Devinisi Variabel Persepsi Harga	32
3.6.1.3	Devinisi Variabel Periklanan	32
3.6.1.4	Devinisi Variabel Keputusan Pembelian	32
3.6.2	Devinisi Operasional	32
3.6.2.1	Devinisi Operasional Kualitas Produk (X1)	32
3.6.2.2	Devinisi Operasional Persepsi Harga (X2)	33
3.6.2.3	Devinisi Operasional Periklanan (X3)	34
3.6.2.4	Devinisi Operasional Keputusan Pembelian (Y) ...	34
3.6.2.5	Skala Pengukuran	35
3.7	<i>Blue Print</i> Kuisisioner	36
3.8	Proses Pengolahan Data	36
3.9	Metode Analisis Data	36
3.9.1	Teknik Pengujian Instrumen	37
3.9.1.1	Uji Validitas	37
3.9.1.2	Uji Reliabilitas	37
3.9.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.9.1.3.1	Uji Normalitas.....	38
3.9.1.3.2	Uji Multikolinieritas.....	38
3.9.1.3.3	Uji Heterokedastisitas	38
3.9.2	Teknik Analisis Data.....	39
3.9.2.1	Analisis Linier Berganda	39
3.9.2.2	Koefisien Korelasi (R).....	39
3.9.2.3	Koefisien Determinasi (R ²).....	39
3.9.3	Teknik Pengujian Hipotesis	40
3.9.3.1	Uji t (Parsial).....	40
3.9.3.2	Uji F (Simultan).....	40
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Umum Sepatu Ventela.....	41
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.2	Deskripsi Penelitian	41
4.2.1	Deskripsi Hasil Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden.....	41
4.2.1.1	Deskripsi Berdasarkan Usia.....	42
4.2.1.2	Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	43

4.2.2.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	43
4.2.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2).....	44
4.2.2.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Periklanan (X3)	45
4.2.2.4	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	46
4.3	Pengujian Instrumen	46
4.3.1	Uji Validitas	46
4.3.2	Uji Reliabilitas	48
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	48
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	48
4.3.3.2	Uji Multikolinieritas	49
4.3.3.3	Uji Heterokedastisitas	50
4.4	Pengujian Analisis Data	51
4.4.1	Analisis Linier Berganda.....	51
4.4.2	Koefisien Korelasi (R)	53
4.4.3	Koefisien Determinasi.....	53
4.5	Pengujian Hipotesis.....	54
4.5.1	Uji t (Parsial).....	54
4.5.2	Uji F (Simultan)	55
4.6	Pembahasan.....	56
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.6.2	Pengaruh Persepsi Harga Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.6.3	Pengaruh Periklanan Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Periklanan Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian	57
4.7	Implikasi Penelitian.....	57
4.8	Keterbatasan Penelitian.....	58
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		59
5.1	Simpulan	59
5.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN.....		63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.3.1 Perilaku Konsumen	9
Tabel 2.1.7.1 Jurnal Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 4.2.1.1 Data Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.2.1.2 Data Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	43
Tabel 4.2.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2).....	44
Tabel 4.2.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Periklanan (X3).....	45
Tabel 4.2.2.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4.3.1.1 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.3.2.1 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.3.3.1 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.3.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.4.1.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.4.2.1 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R).....	53
Tabel 4.4.3.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
Tabel 4.5.1.1 Hasil Uji T (Parsial)	54
Tabel 4.5.2.1 Hasil Uji F (simultan).....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4.1 Kerangka konseptual	26
Gambar 4.3.1.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 Daftar Pernyataan Responden.....	66
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	70
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	76
Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas	77
Lampiran 7 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	78
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	78
Lampiran 9 Hasil Uji Korelasi	78
Lampiran 10 Hasil Uji Determinasi	79
Lampiran 11 Hasil Uji t (Parsial)	79
Lampiran 12 Hasil Uji F (Simultan)	79
Lampiran 13 Lembar Bimbingan	80
Lampiran 14 Lembar Hasil Pengecekan Turnitin	81