

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *SALES PROMOTION*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HERBALIFE DI SIDOARJO**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1  
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Oleh**

**UMI SALAMAH**

**1121900060**

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

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SALES  
PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HERBALIFE DI SIDOARJO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-I  
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Disusun Oleh :**

**Umi Salamah**  
**NBI : 1121900060**

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

**2023**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Umi Salamah

1121900060

NBI :

Pengaruh Kualitas Produk Dan *Sales Promotion* Terhadap

Judul :

Keputusan Pembelian Herbalife Di Sidoarjo

Mengetahui,

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



Dr. Dra Ayun Maduwinarti, MP.  
NPP. 20120.87.0103

Surabaya, 3 Juli 2023

Disetujui oleh  
Dosen Pembimbing



Dra. Sri Andayani, M.M  
NPP. 20120.93.0322

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan 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 :

Dewan Penguji :

1. Dra. Sri Andayani, M. M.

Ketua

(  )

2. Drs. Agung Pujiyanto, M. M.

Anggota

(  )

3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M. M.

Anggota

(  )

Mengesahkan,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,





Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.

NPP. 20120.87.0103

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Umi Salamah  
NIM : 1121900060  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Herbalife Di Sidoarjo

Menyatakan,

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dan/atau karya ilmiah orang lain yang dipergunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Apabila jika saya mengambil, mengutip, dan menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain, maka akan menyantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak menyantumkan pada daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 3 Juli 2023

Yang membuat pernyataan

  
umi Salamah



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Umi Salamah  
NBI/ NPM : 1121900060  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : ~~Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek\*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui 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 Dan *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Herbalife Di Sidoarjo

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 : 3 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Umi Salamah)

\*Coret yang tidak perlu

## ABSTRAK

Suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan untuk menetapkan kebutuhan akan barang dan jasa yang perlu dibeli serta mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih di antara alternatif merek. Keputusan pembelian tersebut terjadi disaat seseorang dihadapkan pada beberapa pilihan *alternative* untuk memenuhi kebutuhannya. Banyak factor yang memicu keputusan pembelian seperti kualitas produk dan *sales promotion*. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *sales promotion* terhadap keputusan pembelian Herbalife di Sidoarjo. Sampel penelitian ini adalah pelanggan Herbalife , mengetahui Herbalife dan orang yang pernah mengkonsumsi produk Herbalife. jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data kuesioner yang di uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi, regresi linear berganda, uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan kualitas produk dan *sales Promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Herbalife di Sidoarjo sebesar 77,4% terhadap variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan. Sedangkan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini menjelaskan sebesar 22,6 persen.  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $11.648 > 1.660$ ) dan taraf signifikansi  $0,000 < 0,050$ .  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,259 > 1,660$ ) dan taraf signifikansi  $0,026 < 0,050$ .

Kata kunci : kualitas produk, *sales promotion*, keputusan pembelian

## ABSTRACT

*A decision-making process carried out to determine the need for goods and services that need to be purchased and identify, evaluate and choose between alternative brands. The purchase decision occurs when someone is faced with several alternative choices to meet their needs. Many factors trigger purchasing decisions such as product quality and sales promotion. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and sales promotion on Herbalife purchasing decisions in Sidoarjo. The sample of this study were Herbalife customers, knowing Herbalife and people who have consumed Herbalife products. the number of samples was 100 people. Questionnaire data collection techniques that are tested for validity and reliability. Data analysis techniques using assumption tests, multiple linear regression, t tests and F tests. The results of this study indicate that product quality has a significant effect on purchasing decisions and sales promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, product quality and sales promotion affect Herbalife purchasing decisions in Sidoarjo by 77.4% of the purchasing decision variable can be explained. While other variables not used in this study explain 22.6 percent.  $t_{count} > t_{table}$  (11,648 > 1,660) and a significance level of 0.000 < 0.050.  $t_{count} > t_{table}$  (2,259 > 1,660) and a significance level of 0.026 < 0.050.*

*Keywords: product quality, sales promotion, purchasing decisions*



## Kata Pengantar

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya serta kuasa dan curahan kasihnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan *sales promotion* terhadap keputusan pembelian Herbalife di Sidoarjo”. Tak lupa sholawat dan salam penulis sanjungkan kepada baginda Rasulullah SAW.

Penulis skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 17 Agustus 1945 Surabaya. Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan dengan tulus, rasa terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kelancaran serta kemudahan.
2. Bapak Prof. Dr. Mulyanto, MM.,CMA., CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dra. Sri Andayani, M.M selaku pembimbing pertama serta Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku pembimbing kedua yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan kepada saya.
6. Bapak/Ibu dosen serta para staf TU Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang turut membantu proses jalannya skripsi ini.
7. Ayah, Ibu, Kakak tercinta yang telah memotivasi, mendoakan dan memberikan dukungan moril dan materil dalam menyelesaikan skripsi. Telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan materi kepada saya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya.
8. Teman-teman yang memberikan support terutama Aprilia Rosa, dukungan dan semangat pada saat mengerjakan skripsi ini.
9. Diri sendiri yang selalu kuat, karena tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

10. Para responden yang meluangkan waktunya untuk mengisi kuesionernya saya, serta semua pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua ke baikan yang telah bapak, ibu dan saudara berikan kepada penulis dengan kebaikan yang lebih besar disertai dengan curahan rahmat dan kasih sayangnya pada skripsi ini, penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan sebagai bahan perbaikan untuk kedepannya. Semoga skripsi ini membawa manfaat baik bagi penulis maupun pembaca. Amin

Surabaya, 14 Juni 2023

Penulis

(Umi Salamah)

## **MOTTO**

Tiga kunci kesuksesan adalah berdoa tidak menunda pekerjaan dan tidak banyak alasan.

(Umi Salamah)

## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
RINGKASAN.....	vi
<i>SUMMARY</i> .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
MOTTO.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori.....	11
2.3 Definisi Konsep .....	22
2.4 Definisi Operasional .....	22

2.5 Pola Hubungan Antara Variabel .....	23
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan Penelitian .....	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	27
3.3 Pengukuran dan Instrumen Penelitian .....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.5 Jenis Dan Sumber Data.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Penyajian Data .....	35
4.2 Tabulasi Data.....	49
4.3 Analisis Data .....	59
4.4 Pembahasan .....	70
BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Skala Likert.....	29
Tabel 3.2 Interval Rata-Rata Score.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	38
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Jawaban Responden <i>Sales Promotion</i> (X2).....	41
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Jawaban Responden Kualitas Pembelian (Y).....	43
Tabel 4.8 Uji Validitas.....	65
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.10 Tabulasi Data Kualitas Produk (X1).....	52
Tabel 4.11 Tabulasi Data <i>Sales Promotion</i> (X2).....	52
Tabel 4.12 Tabulasi Data.....	55
Tabel 4.13 Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Antara Variabel Kualitas Produk (X1) Dengan Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Data.....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolonieritas.....	63
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4.18 Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.19 Tabulasi Data <i>Keputusan Pembelian</i> (Y).....	67

Tabel 4.20 Uji F.....	68
Tabel 4.21 Uji R <sup>2</sup> .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proporsi Obesitas Sentral Pada Dewasa 16 Tahun Ke atas, 2007-2008.....	1
Gambar 1.2 Riwayat Penyakit Kronis Yang Dimiliki Lansia Indonesia (Mei 2022).....	2
Gambar 1.3 Macam-Macam Produk Herbalife.....	3
Gambar 1.4 Daftar Harga Produk Herbalife.....	5
Gambar 1.5 Logo Herbalife.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4.1 Logo Herbalife.....	35
Gambar 4.2 Macam-Macam Produk Herbalife.....	35
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
Gambar 4.6 Uji Normalitas Data Model Histogram.....	61
Gambar 4.7 Uji Normalitas Data Model P-Plot.....	61
Gambar 4.8 Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot.....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	79
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	82
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	83
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	92
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik.....	94
Lampiran 6 Uji hipotesis.....	97
Lampiran 7 Kartu Bimbingan.....	99
Lampiran 8 Lembar Revisi.....	101
Lampiran 9 Surat Bebas Plagiasi.....	104
Lampiran 10 Cek Turnitin.....	105