

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KECANTIKAN *SOMETHINC* PADA MAHASISWA
(Studi Pada Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Semester Gasal, Tahun Angkatan
2019-2020)**



Oleh :

NOVA DWI LESTARI
NBI : 1211900010

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KECANTIKAN *SOMETHINC* PADA MAHASISWA**

(Studi Pada Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Semester Gasal, Tahun Angkatan
2019-2020)



Oleh :

Nova Dwi Lestari

NBI : 1211900010

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

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KECANTIKAN *SOMETHING* PADA MAHASISWA**

(Studi Pada Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Semester Gasal, Tahun Angkatan
2019-2020)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

Nova Dwi Lestari

NBI : 1211900010

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

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KECANTIKAN *SOMETHINC* PADA MAHASISWA**

(Studi Pada Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Semester Gasal, Tahun Angkatan
2019-2020)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

Nova Dwi Lestari

NBI : 1211900010

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Nova Dwi Lestari
NBI : 1211900010
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN *SOMETHINC* PADA MAHASISWA** (Studi Pada Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Semester Gasal, Tahun Angkatan 2019-2020)

Surabaya, Juni 2023

Mengetahui
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Kaprodi,

Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Ulfi Pristiana, M.Si
NPP : 07.141263.01

Drs. Ec. Sigit Santoso, MM
NPP : 20.2108801.39

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



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.
NPP : 20220.93.0319

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI


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

TIM PENGUJI :

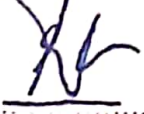
1. Dr. Siti Mujanah, MBA.Ph.D

- Ketua 

2. Dr. Gustaf Naufan Febrianto, A.Md., SE., MM

- Anggota 

3. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM

- Anggota 

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



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

NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : Nova Dwi Lestari (P)
2. NBI : 1211900010
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578105911970001
6. Alamat Rumah (KTP) : Dukuh Setro IX No. 11, Tambaksari
Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN *SOMETHINC* PADA MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Semester Gasal, Tahun Angkatan 2019-2020)

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 Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, Juli 2023
Yang Membuat,



Nova Dwi Lestari



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp.031 593 1800 (ex.311)
E-mail: 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 Lengkap : Nova Dwi Lestari
NBI : 1211900010
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 (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN SOMETHINC PADA MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Semester Gasal, Tahun Angkatan 2019-2020)”

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 : 14 Juli 2023

Surabaya, 14 Juli 2023
Yang Menyatakan,



Nova Dwi Lestari

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 kebanggaan. 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. Sigit Santoso, MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta 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 telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA, 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 Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si selaku ketua 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. Bapak dan ibu penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. 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.
8. Ibu Sulastri dan Alm. Bapak Mustadji selaku kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam proses mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan moril dan materi yang sudah diberikan selama proses perkuliahan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
9. Keluarga besar dan kakak-kakak saya yang sudah mendukung dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat tersayang, Intan Kartika, Mella Putri, Dian Tiffany, Yanuanda Millenia, dan Dina Frenty yang telah memberikan semangat dan bantuannya dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, saya mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Terimakasih.

Surabaya, 16 Juni 2023

(Nova Dwi Lestari)

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN *SOMETHINC* PADA MAHASISWA

(Studi Pada Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Semester Gasal, Tahun Angkatan 2019-2020)

Penelitian ini bertujuan Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk kecantikan Somethinc pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNTAG Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 92 orang responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik sampling purposive. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuesioner. Uji instrumen menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Kemudian uji asumsi klasik yang digunakan antara lain: Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas Uji Heteroskedastisitas. Sedangkan pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi (R^2). Dari hasil nilai Uji F menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Promosi (X3) secara bersama-sama terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan pada hasil Uji t menunjukkan bahwa : 1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Somethinc* pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNTAG Surabaya, 2. Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Somethinc* pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNTAG Surabaya., 3. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Somethinc* pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNTAG Surabaya.. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai Uji t dimana Kualitas Produk (X1) t_{hitung} 2,106 > t_{tabel} 1,662, Persepsi Harga (X2) t_{hitung} 4,205 > t_{tabel} 1,662 dan Promosi (X3) t_{hitung} 6,098 > t_{tabel} 1,662.

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

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF *SOMETHINC* BEAUTY PRODUCTS IN STUDENTS

(Study on Undergraduate Program Students, Faculty of Economics and Business, University of August 17, 1945 Surabaya, Odd Semester, Class Year 2019-2020)

This study aims to examine and analyze the effect of product quality, price perception and promotion on purchasing decisions for Somethinc beauty products for students of the Faculty of Economics and Business UNTAG Surabaya. The number of samples used in this study were 92 respondents. The sampling method used is non-probability sampling with purposive sampling technique. Data collection method used is using a questionnaire. Test the instrument using the Validity and Reliability Test. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. Then the classic assumption tests used include: Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test. While testing the hypothesis in this study using the t test, F test and the coefficient of determination (R^2). The results of the F test show that there is a significant influence on the variable Product Quality (X1), Perceived Price (X2) and Promotion (X3) on the Purchase Decision variable (Y). Meanwhile, the results of the t-test show that: 1. Product quality influences the decision to purchase Somethinc beauty products for students of the Faculty of Economics and Business UNTAG Surabaya, 2. Perceived prices affect the decision to purchase Beauty Products Somethinc for students of the Faculty of Economics and Business UNTAG Surabaya., 3 .Promotion affects the decision to purchase beauty products Somethinc in students of the Faculty of Economics and Business UNTAG Surabaya.. This can be seen from the results of the t test where Product Quality (X1) $t_{count} 2.106 > t_{table} 1.662$, Price Perception (X2) $t_{count} 4.205 > t_{table} 1.662$ and Promotion (X3) $t_{count} 6.098 > t_{table} 1.662$.

Keywords: Product Quality, Perceived Price, Promotion, Purchase Decision.

RINGKASAN

Kecantikan semakin berkembang dari masa ke masa, bukan lagi hanya menjadi sebuah keinginan, melainkan sudah menjadi sebuah kebutuhan, terutama untuk kebutuhan mahasiswa. Mahasiswa akan membentuk citra atau image mengenai dirinya yang termasuk berupa cara untuk menampilkan fisik yang terlihat lebih baik yaitu dengan menggunakan kosmetik. Melihat pasar yang cukup luas dan beragam, hadirlah Produk kosmetik Somethinc. Produk kosmetik Somethinc hadir di bulan Mei 2019 di bawah PT. Royal Pesona Indonesia, Somethinc merupakan brand kosmetik halal asli Indonesia yang memproduksi skincare, makeup hingga tools kecantikan dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan memiliki sertifikat halal, harga yang ditawarkan juga relatif terjangkau.

Penelitian ini bertujuan Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Produk Kosmetik Somethinc secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNTAG Surabaya. Hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan kualitas produk, persepsi harga, dan promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Populasi pada penelitian ini adalah pengguna kosmetik terbanyak dari jenis pekerjaannya yaitu mahasiswa, sebanyak 1167 Mahasiswa di UNTAG Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik sampling purposive. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 92 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linear berganda. Untuk uji hipotesis yang digunakan adalah uji t dan uji F. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda adalah $Y = - 0,027 + 0,191 X_1 + 0,424 X_2 + 0,631 X_3$. Hasil

hipotesis Uji t menunjukkan variabel Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari nilai sig $0,038 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,106 > t_{tabel} 1,662$. Persepsi Harga secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,205 > t_{tabel} 1,662$. Promosi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,098 > t_{tabel} 1,662$. Hasil hipotesis Uji F menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan promosi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 131,618 > F_{tabel} 2,71$.

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga dan promosi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk, persepsi harga dan promosi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Somethinc* pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNTAG Surabaya.

SUMMARY

Beauty is growing from time to time, no longer just a desire, but has become a necessity, especially for the needs of students. Students will form an image or image about themselves which includes a way to present a better looking physique, namely by using cosmetics. Seeing a market that is quite broad and diverse, comes Somethinc cosmetic products. Somethinc cosmetic products will be available in May 2019 under PT. Royal Pesona Indonesia, Somethinc is an original Indonesian halal cosmetic brand that produces skincare, makeup to beauty tools using high quality ingredients and has halal certificates, the prices offered are also relatively affordable.

This study aims to examine and analyze the effect of Product Quality, Price and Promotion of Somethinc Cosmetic Products simultaneously on Purchasing Decisions in students of the Faculty of Economics and Business UNTAG Surabaya. The hypothesis taken in this study is that product quality has a significant influence on purchasing decisions, price perceptions have a significant influence on purchasing decisions, promotions have a significant influence on purchasing decisions, and simultaneously product quality, perceived price, and promotions have an influence on purchasing decisions.

The population in this study is the largest user of cosmetics from the type of work, namely students, as many as 1167 students at UNTAG Surabaya. The sampling method used is non-probability sampling with purposive sampling technique. The number of samples used in this study were 92 respondents. The data collection method used is a survey method using a questionnaire. The data analysis technique used is validity test, reliability test, and multiple linear regression analysis. To test the hypothesis used is the t test and F test. Data analysis in this study used the help of SPSS version 26.

Based on the research results obtained from multiple linear regression analysis is $Y = -0.027 + 0.191 X_1 + 0.424 X_2 + 0.631 X_3$. The results of the t-test hypothesis show that the Product Quality variable partially has an influence on purchasing decisions, it can be seen from the sig value $0.038 < 0.05$ and t_{count} value $2.106 > t_{table}$ 1.662. Perceived price partially has a significant influence on purchasing decisions, it can be seen from the sig

value $0.000 < 0.05$ and t_{count} value $4.205 > t_{table}$ 1.662 . Promotion partially has a significant influence on purchasing decisions, it can be seen from the sig value $0.000 < 0.05$ and t_{count} value $6.098 > t_{table}$ 1.662 . The results of the F test hypothesis show that product quality, price perceptions, and promotions simultaneously have a significant influence on purchasing decisions, this can be seen from the sig value $0.000 < 0.05$ and the F_{count} value of $131,618 > F_{table}$ $2,71$.

The conclusions in this study indicate that product quality, perceived price and promotions partially have a significant influence on purchasing decisions. Product quality, price perceptions and promotions simultaneously have a significant influence on purchasing decisions for Somethinc beauty products for students of the Faculty of Economics and Business UNTAG Surabaya.

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
RINGKASAN	xi
<i>SUMMARY</i>	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	8
2.1.4 Kualitas Produk	8
2.1.5 Persepsi Harga	9
2.1.6 Promosi.....	10
2.1.7 Keputusan Pembelian	11
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	13
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	13
2.2.2 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	14
2.3 Penelitian Terdahulu	15

2.4	Kerangka Konseptual	22
2.5	Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Desain Penelitian.....	25
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.2.1	Lokasi Penelitian	25
3.2.2	Waktu Penelitian.....	25
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	25
3.3.1	<i>Data Primer</i>	25
3.4	Populasi dan Sampel	26
3.4.1	Populasi	26
3.4.2	Sampel	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6	Definisi Variabel dan Operasional	27
3.6.1	Definisi Variabel.....	27
3.6.2	Definisi Operasional	28
3.7	Proses Pengolahan Data	30
3.7.1	Tahap Editing.....	30
3.7.2	Tahap Coding.....	30
3.7.3	Tahap Tabulasi.....	30
3.8	Metode Analisa Data.....	30
3.8.1	Uji Instrumen	30
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	33
3.9.1	Uji t (Uji Parsial / <i>Wald</i>).....	33
3.9.2	Uji Omnibus Test of Model Coefficients (Uji Simultan F)	33
3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2)	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	36
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	36
4.2.2	Deskripsi Berdasarkan Tanggapan Responden	38
4.3	Uji Instrumen.....	43

4.3.1	Uji Validitas.....	43
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	44
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1	Uji Normalitas	45
4.4.2	Uji Multikolinieritas	46
4.4.3	Uji Heterokedastisitas.....	46
4.5	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	48
4.5.1	Teknik Pengujian Hipotesis.....	48
4.5.2	Analisis Data	49
4.6	Pembahasan Hasil Temuan.....	51
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian....	51
4.6.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.6.3	Pengaruh Promosi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)..	52
4.7	Implikasi Penelitian	53
4.7.1	Implikasi Teoritis.....	53
4.7.2	Implikasi Praktis	53
4.8	Keterbatasan Penelitian.....	54
BAB V PENUTUP.....		55
5.1	Simpulan	55
5.2	Saran	55
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN.....		61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pencapaian Somethinc	2
Tabel 1.2 Demografi Jenis Pekerjaan	4
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.2 Usia Responden	36
Tabel 4.3 Program Studi Responden	37
Tabel 4.4 Tahun Angkatan Responden	37
Tabel 4.5 Rata-rata Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk (X1)	39
Tabel 4.6 Rata-rata Tanggapan Responden terhadap Persepsi Harga (X2)	40
Tabel 4.7 Rata-rata Tanggapan Responden terhadap Promosi (X3)	41
Tabel 4.8 Rata-rata Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.11 Uji Normalitas	45
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Glejser</i>	47
Tabel 4.14 Uji t (Uji Parsial)	48
Tabel 4.15 Uji f (Simultan)	49
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi (R ²)	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Somethinc	61
Lampiran 2 Data Tabulasi	67
Lampiran 3 Uji Validitas	79
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	84
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	85
Lampiran 6 Uji Hipotesis	87
Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda	88
Lampiran 8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88
Lampiran 9 Hasil Turnitin	89
Lampiran 10 Data Mahasiswa Angkatan 2019-2020	90
Lampiran 11 Permohonan Mengadakan Penelitian	91
Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi	92