

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA , KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
KONVEKSI MAHKOTA GALERI SIDOARJO**



**Oleh :**

**MOH. KHOIRUL ANAM**

**211307961**

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

**2020**

## **LEMBAR PENGESAHAN**

211307961 : Moh. Khoirul Anam  
NBI : 211307961  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga , Keragaman Produk  
dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan  
Pembelian Konveksi Mahkota Galeri Sidoarjo

Surabaya , ..... , ..... 2020

Mengetahui / Menyetujui

Dosen Pembimbing

Dr. Ulfi Pristiana, M.Si

## 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 Ekonomi pada tanggal ....., ..... 2020

### TIM PENGUJI

1. .... : Ketua .....
2. .... : Anggota .....
3. .... : Anggota .....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan

Dr. Slamet Riyadi, M.Si,

## **SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT**

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

Nama : Moh. Khoirul Anam

NBI : 211307961

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Alamat : Dkh. Pohijo 01/02, Pomahan, Pulung, Ponorogo

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konveksi Mahkota Galeri Sidoarjo**

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

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika kemudian 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 Untag Surabaya.

Surabaya,21 Juli 2020

Moh. Khoirul Anam



U N I V E R S I T A S  
**17 AGUSTUS 1945**  
S U R A B A Y A

**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 KEPETINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertda tangan dibawah ini :

Nama : Moh. Khoirul Anam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Pogram Studi : Manajemen  
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 PERSEPSI HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONVEKSI MAHKOTA  
GALERI 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 : 21 Juli 2020

**Yang Menyatakan**

**Moh. Khoirul Anam**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan dan keselamatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONVEKSI MAHKOTA GALERI SIDOARJO “ Dengan baik dan lancar. Tujuan dari penyusunan skripsi ini unu untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Skripsi ini tentunya tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk ini Penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Dra. Ec. Ulfi Pristiana, MS, Selaku ketua Program Studi Manajemen serta selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, baik sebelum dan selama proses penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Dr. Slamet Riyadi, MSI, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Bapak dan Ibu dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah

5. memberikan ilmunya selama penulis menempuh perkuliahan.
6. Keluarga Besar yang telah mendukung baik materil ataupun moril selama penulis menempuh pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Bapak Ahmad Gofar Purbaya selaku pemilik Konveksi Mahkota Galeri yang mengizinkan Perusahaannya untuk dijadikan tempat penulis meneliti.
8. Responden yang telah meluangkan waktu untuk menjawab setiap pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan penulis.
9. Serta semua teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang terus memberikan semangat untuk saya sehingga penulisan ini berjalan dengan lancar.

Penulis juga memohon maaf atas kekurangan dan kelemahan yang ditemukan dalam skripsi ini . saya sebagai penulis akan selalu berupaya agar lebih baik lagi dengan belajar dan terus belajar

Surabaya, 24 Juni 2020

Penulis

MOH. KHOIRUL ANAM

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji, (1) pengaruh persepsi harga, keragaman produk, dan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada konveksi Mahkota Galeri. (2) pengaruh persepsi harga, keragaman produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada konveksi Mahkota Galeri. (3) variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan diantara persepsi harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada konveksi Mahkota Galery. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Variabel persepsi harga, keragaman produk, dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas, keputusan pembelian merupakan variabel terikat. Populasi penelitian ini sebanyak 100 pengunjung Konveksi Mahkota Galery. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan kuisioner dan dokumentasi. Metode analisis data adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh nilai 3,747 dengan nilai signifikasinya 0,000. (2) keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh nilai 4,031 dengan nilai signifikasinya 0,000. (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh nilai 3,455 dengan nilai signifikasinya 0,001. (4) variabel persepsi harga, keragaman produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 32,880 dan memiliki kontribusi sebesar 50,7%. (5) variabel keragaman produk merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai t hitung tertinggi yaitu 4,031 dan nilai signifikan terendah yaitu 0,000.

***Kata Kunci:*** *Persepsi Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian*



## ABSTRACT

This study aims to test, (1) the effect of price perception, product diversity, and service partially on consumer purchasing decisions at the Mahkota Galery convection. (2) the effect of price perception, product diversity, and service simultaneous on consumer purchasing decisions at Mahkota Galery convection . (3) the variable that has the most dominant influence among price perceptions, product diversity and services on consumer purchasing decisions at Mahkota Galery convection . This research is a quantitative approach . Variables of price perception, product diversity, and service as an independent variable, the purchase decision is the dependent variable. The study population was 100 visitors to the Mahkota Galery Convection . The sampling method uses *purposive sampling method* . Data collection techniques using questionnaires and documentation. The method of data analysis is multiple linear regression . The results of this study indicate that (1) price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions shown by the value of 3,747 with a significance value of 0,000. (2) product diversity a positive and significant effect on purchasing decisions is shown by the value of 4.031 with a significance value of 0,000. (3) the quality of service has a positive and significant effect on purchasing decisions as indicated by the value of 3.455 with a significance value of 0.00 1 . (4) variables of price perception, product diversity and service quality simultaneously have an influence on Purchasing Decisions of 32,880 and have a contribution of 50.7% . (5) the product diversity variable is the most dominant variable influencing the Purchasing Decision indicated by the highest t-count value is 4.031 and the lowest significant value is 0,000.

***Keywords:*** *Price Perception, Product Diversity, Service and Purchasing Decisions*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A. Landasan Teori.....	5
1. Definisi Pemasaran .....	5
2. Definisi Manajemen Pemasaran.....	6
3. Bauran Pemasaran.....	7
4. Perilaku Konsumen .....	8
5. Keputusan Pembelian.....	11
6. Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian .....	11
7. Persepsi Harga.....	12
8. Keragaman Produk.....	16
a. Produk.....	16
b. Pengertian Keragaman Produk.....	16
9. Kualitas Layanan.....	19
a. Pengertian Kualitas.....	19
b. Pengertian Pelayanan .....	19
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Hubungan Antar Variabel.....	22
1. Hubungan Persepsi Harga terhadap keputusan Pembelian .....	22
2. Hubungan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
3. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
D. Kerangka Konseptual .....	23

E. Hipotesis .....	23
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
A. Desain Penelitian.....	25
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
C. Jenis dan Sumber Data .....	25
D. Populasi dan Sampel .....	26
1. Populasi.....	26
2. Sampel.....	26
E. Teknik Pengambilan Data.....	26
F. Definisi Variabel dan Definisi Operasional .....	27
1. Variabel.....	27
2. Operasional .....	28
3. Pengukuran Variabel.....	29
G. Proses Pengolahan Data .....	29
H. Metode Analisis Data .....	30
I. Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	31
1. Uji Validitas .....	31
2. Uji Reliabilitas .....	32
3. Analisis Regresi Berganda .....	32
4. Koefisien Determinasi .....	33
5. Pengujian Hipotesis.....	34
a. Uji T (Parsial) .....	34
b. Uji F (Simultan).....	34
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	37
B. Lokasi .....	37
C. Deskripsi Hasil Penelitian .....	37
1. Analisis Deskriptif .....	38
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
D. Hasil Penelitian .....	47
1. Uji Instrumen .....	47
a. Uji Validitas.....	47
b. Uji Reliabilitas.....	48
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
3. Koefisien Determinasi.....	50
4. Uji Hipotesis .....	51
a. Uji T.....	51
b. Uji F.....	53

E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	54
1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
2. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4. Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
5. Keragaman Produk Adalah Variabel yang paling dominan Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	56
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Implikasi .....	58
C. Saran .....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Variabel .....	28
Tabel 3.2	Pengukuran Variabel dengan Skala Linkert .....	29
Tabel 3.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi .....	33
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	40
Tabel 4.6	Definisi Indikator Variabel Persepsi Harga .....	42
Tabel 4.7	Definisi Indikator Variabel Keragaman Produk.....	43
Tabel 4.8	Definisi Indikator Variabel Kualitas Pelayanan.....	44
Tabel 4.9	Definisi Indikator Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas .....	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	48
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.14	Hasil Uji T.....	51
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen Sederhana .....	9
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen .....	10
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual .....	23
Gambar 3.1	Kurfa Uji F .....	