

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENGGUNA
LAZADA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

HAIQAL IRFAN RASSYA

B 100 190 231

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENGGUNA
LAZADA**

Yang ditulis dan disusun oleh:

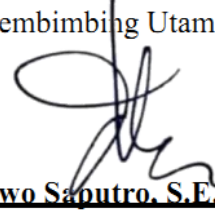
HAIQAL IRFAN RASSYA

B100190231

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 12 Januari 2023

Pembimbing Utama



(Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si

NIDN: 829/0616087401

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENGGUNA
LAZADA**

Oleh:

HAIQAL IRFAN RASSYA

B100190231

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 12 Januari 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat


Dewan Penguji:

1. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si
(Ketua Dewan Penguji)
2. Kusdiyanto, S.E., M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Liana Mangifera, S.E., M.M.
(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()

Dekan




Dekan, Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si
NIDN: 829/0616087401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A.Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417
Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Haiqal Irfan Rassya**

NIRM/NIM : **B100190231**

Jurusan : **Manajemen**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Lazada**

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 12 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,

Haiqal Irfan Rassya

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al Baqarah : 286)

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak.”

(Ralph Waldo Emerson)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT yang memberikan rahmat, karunia, nikmat, kemudahan serta hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang terang bendferang ini.
3. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, doa yang tiada henti, semangat dan motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
4. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna Lazada. Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memenuhi syarat dan jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 skala likert. Analisis data menggunakan SPSS versi 17. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, price, and promotions on the purchasing decisions of consumers using Lazada. This research is a type of associative research. The method used in this research is quantitative method. The population and sample in this study were Economics and Business students at Muhammadiyah University of Surakarta who had fulfilled the requirements and the number of respondents as the sample in this study were 100 people. Source of data used in this research is primary data. The measurement scale used in this study is 5 Likert scale. Data analysis used SPSS version 17. The results of the analysis in this study showed that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, price had a negative and insignificant effect on purchasing decisions while promotion had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Lazada”.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Arif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si., selaku Pembimbing Akademik dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Rini Kuswati, SE., M.Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, SE., M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penulisan dalam menempuh skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Papa dan mama, Bapak Himawan Rosyid dan Ibu Tita Cahyawati tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 30 Desember 2022

Penulis

Haiqal Irfan Rasya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Hipotesis.....	17
D. Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel.....	21
C. Data dan Sumber Data	23
D. Metode Pengumpulan Data	23

E. Desain Pengambilan Sampel.....	24
F. Metode Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
A. Deskripsi Responden.....	29
B. Analisis Kelayakan Instrumen	32
C. Uji Asumsi Klasik.....	36
D. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
E. Uji F	39
F. Uji t	40
G. Regresi Linear Berganda.....	41
H. Pembahasan.....	42
BAB V PENUTUPAN	45
A. Kesimpulan	45
B. Keterbatasan.....	45
C. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator	22
Tabel 4. 1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4. 2 Deskripsi Berdasarkan Usia	30
Tabel 4. 3 Deskripsi Berdasarkan Program Studi	31
Tabel 4. 4 Deskripsi Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	31
Tabel 4. 5 Deskripsi Berdasarkan Intensitas Pembelian	32
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	34
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Harga	35
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	35
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan pembelian	35
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	36
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	37
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	39
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	40
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	20
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian	50
Lampiran 2. Identitas Responden.....	53
Lampiran 3. Tabulasi kuesioner	55
Lampiran 4. Uji Analisis Data	60
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	65
Lampiran 6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
Lampiran 7. Uji F.....	66
Lampiran 8. Uji t.....	67
Lampiran 9. Uji Regresi Linier Berganda.....	67