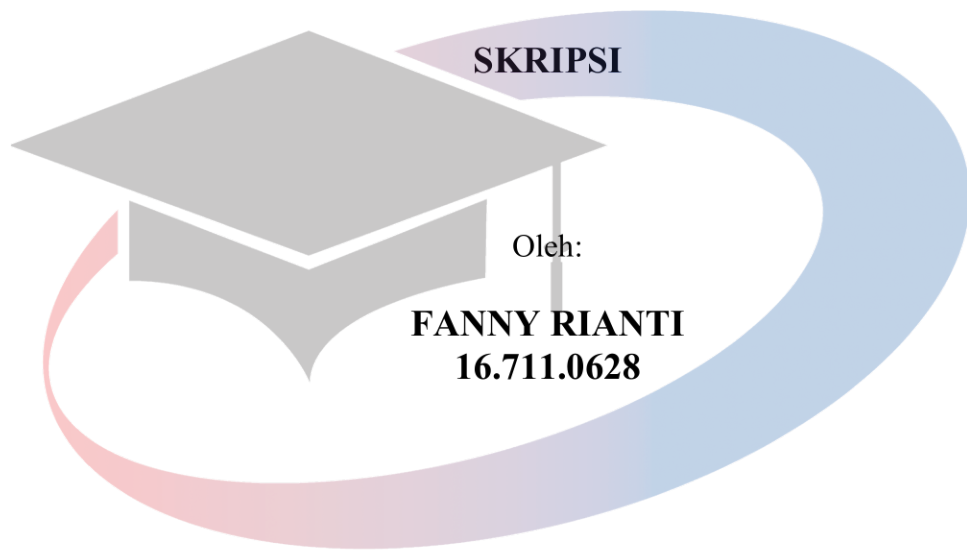


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAGIC COM
YONGMA**



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2021**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION
TO BUYING DECISION MAGIC COM YONGMA**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2021**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAGIC COM
YONGMA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata
Satu Program Studi Manajemen

Oleh :

FANNY RIANTI
16.711.0628

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

(Erni Siregar, S.E., M.M.)

Medan, 18 Agustus 2021

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi
Manajemen,

(Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si.)

LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Fanny Rianti

NIM : 16.711.0628

Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian Magic com

Yongma

Tempat Penelitian : Jalan Danau Melintang Ujung, kec. Medan Barat, Kota Medan, Camat : Rudi Faizal Lubis, Laki – laki : 36.301, Perempuan: 37.235

Alamat Penelitian : -

No. Telepon Tempat Penelitian : -

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.



ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Magic com Yong (secara parsial maupun secara simultan). Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode teknik *purposive sampling*, dan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan penelitian diperoleh bahwa variabel kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun secara simultan variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,615, hal ini menunjukkan bahwa variabel yang terdiri dari kualitas produk, harga dan promosi mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 61,5%. Sementara sisanya sebesar 38,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Keputusan Pembelian, Kualitas produk, Harga, Promosi*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze The Effect of Product quality, Price, and Promotion on The Purchasing Decision of Magic com yongma. partially or simultaneously. Sampling techniques using the purposive sampling method with a sample amount of 96 respondents. Data analysis methods use multiple linear regression analysis. Based on research acquired that place and price variables partially affect the purchasing decision, while the service quality variable partially does not affect the purchasing decision. But simultaneously the product quality, price, and promotion affect the purchasing decision. The result of the *Adjusted R Square* is 0,615, this show that variables consisting of place, price, and service quality affect purchasing decision variables by 61,5%. While the remaining 38,5% are described by other variables not examined in this study.

Keywords: *Purchasing Decision, Product quality, Price, Promotion*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap keputusan pembelian Magic com Yongma”. Penulisan ini dilakukan untuk melengkapi persyaratan guna untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mikroskil Medan.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak kendala yang dihadapi penulis. Namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan dari segala pihak, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Erni Siregar, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si. selaku Pendamping Pembimbing dan sekaligus Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan, yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M. selaku Ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak William, S.Kom., M.M. selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Paulus, S.Kom., M.T. selaku Wakil Ketua II STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Saliman, S.T. selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
7. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si. selaku Sekertaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
8. Bapak dan Ibu Dosen STIE Mikroskil yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.
9. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan doa kepada penulis.
10. Teman-teman jurusan Manajemen Bisnis angkatan 2016 yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis.

11. Kepada Abang saya bernama Agus Rianto,S.kom.Alumi Mikroskil yang telah memberikan doa, bantuan, dukungan motivasi dan saran kepada penulis.

12. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, serta pihak-pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan skripsi di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.



Medan, 18 Agustus 2021

Penulis,

(Fanny Rianti)

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Ruang Lingkup Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Originalitas	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3. Kualitas Produk.....	18
2.1.4. Harga	22
2.1.5. Promosi	26
2.2. Review Penelitian Terdahulu	30
2.3. Kerangka Konseptual	34
2.4. Pengembangan Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	39
3.2. Objek Penelitian	39
3.3. Populasi dan Sampel	39
3.3.1. Populasi	39
3.3.2. Sampel.....	39
3.4. Metode Pengumpulan Data	40
3.4.1. Data Primer	41
3.4.2. Data Sekunder	41
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	42

3.5.1.	Variabel Independen (Bebas).....	42
3.5.2.	Variabel Dependen (Terikat).....	43
3.6.	Metode Analisis Data.....	44
3.6.1.	Analisis Statistika Deskriptif	44
3.6.2.	Pengujian Kualitas Data.....	44
3.6.3.	Pengujian Asumsi Klasik	45
3.6.4.	Analisis Regresi Sederhana.....	47
3.6.5.	Uji Hipotesis	47
3.6.6.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Hasil Penelitian	49
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.2.	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	49
4.1.3.	Gambaran Umum Responden.....	50
4.1.4.	Hasil Statistik Deskriptif.....	52
4.1.5.	Hasil Uji Kualitas Data	56
4.1.6.	Hasil Uji Asumsi Klasik	62
4.1.7.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68
4.1.8.	Uji Hipotesis	69
4.2.	Pembahasan.....	72
4.2.1.	Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.2.2.	Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian... 73	73
4.2.3.	Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 74	74
4.2.4.	Pengaruh Variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	77
5.2.	Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Data Harga Magic com yongma	3
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	41
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	43
Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengambilan Kuesioner.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan usia	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	51
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap variabel Keputusan Pembelian ..	53
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap variabel Harga	55
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap variabel Promosi.....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov - Smirnov	65
Tabel 4.20 Hasil Uji Glejser	67
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linear berganda.....	68
Tabel 4.22 Hasil Uji t (Uji Parsial)	70
Tabel 4.23 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	71
Tabel 4.24 Hasil Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses keputusan Pembelian	14
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4.1 Hasil Grafik Histrogram Uji Normalitas.....	64
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Normal P - Plot	64
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pola Gambar Scatterplot.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	85
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN	93
LAMPIRAN 3 HASIL PENGUJIAN SPSS.....	106
LAMPIRAN 4 TABEL DISTRIBUSI PENELITIAN	132



UNIVERSITAS MIKROSKIL