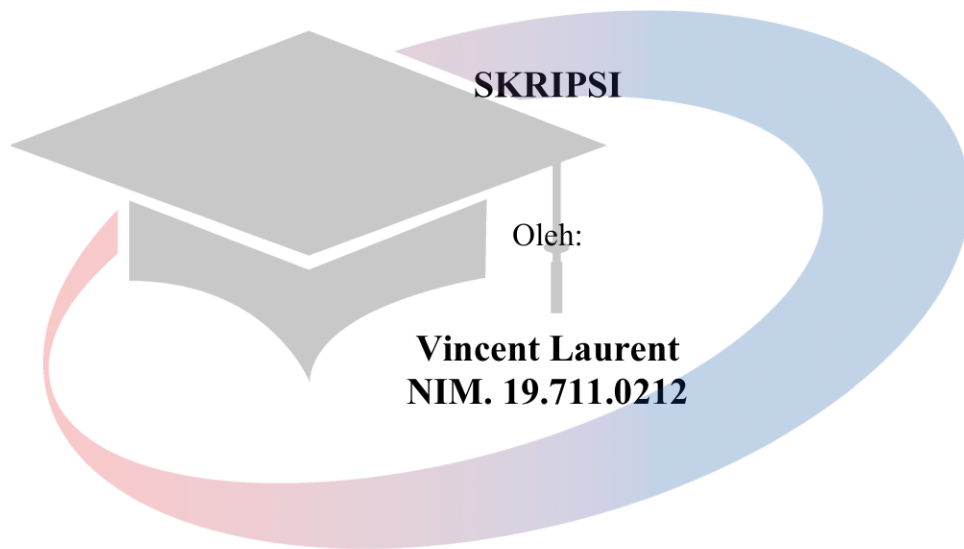
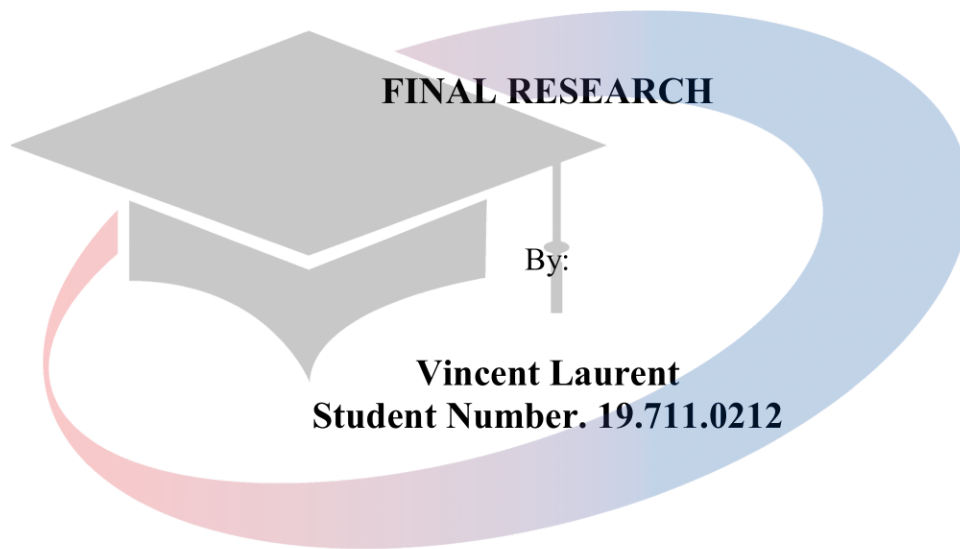


**PENGARUH HARGA, PROMOSI PENJUALAN, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA GUDIE PARFUM (STUDI  
KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM  
STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS  
MIKROSKIL MEDAN)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2023**

**THE INFLUENCE OF PRICE, SALES PROMOTION, AND  
PRODUCT QUALITY TOWARDS PURCHASING  
DECISIONS AT GUDIE PARFUME (CASE  
STUDY ON MANAGEMENT STUDY  
PROGRAM STUDENTS  
UNIVERSITY  
MIKROSKIL  
MEDAN)**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
FACULTY OF BUSINESS  
MIKROSKIL UNIVERSITY  
MEDAN  
2023**

**LEMBARAN PENGESAHAN**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI PENJUALAN, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA GUDIE PARFUM (STUDI  
KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM  
STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS  
MIKROSKIL MEDAN)**

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**Vincent Laurent  
NIM. 19.711.0212**

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing,



**Robinhot Gultom, S.E., M.Si.**

Medan, 04 Agustus 2023

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen,



**Suci Pertiwi, S.E., M.Si.**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :  
NIM : 19.711.0212

Nama : Vincent Laurent

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Gudie Parfum (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan)

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas 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 Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas 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 atau buku.

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

Medan, 04 Agustus 2023

Saya yang membuat pernyataan,



Vincent Laurent

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Gudie Parfum (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan), baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan sebanyak 92 mahasiswa. Teknik Pengambilan sampel menggunakan metode Sampel Jenuh. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian Hipotesis Pertama secara simultan dan parsial, Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 72,3% berarti bahwa Keputusan Pembelian dapat dijelaskan dengan Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Produk. Sementara sisanya sebesar 27,7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the influence of price, sales promotion, and product quality towards purchasing decisions on Gudie Parfume (case study on management study program students University Mikroskil Medan). The sampling technique was using saturated sample and the number of samples in this study amounted to 92 respondents. The method of data analysis used multiple linear regression analysis. Based on the research, it was found that the price, sales promotion, and product quality variables partially influence the purchasing decisions. However, simultaneously variables, price, sales promotion, and product quality affect purchasing decisions. The result of the coefficient of determination is 72,3%, this shows that the variables consisting of price, sales promotion, and product quality affect the purchasing decisions variables by 72,3%. While the remaining 27,7% is explained by other variables not examined in this study.*

**Keywords: Purchasing Decisions, Price, Sales Promotion, Product Quality**



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 Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gudie Parfum (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan)”.

Penulisan ini dilakukan untuk melengkapi persyaratan guna untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas 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. Bapak Robinhot Gultom, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pendamping, yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Hardy, S.Kom, M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Gunawan, S.Kom, M.T.I. selaku Wakil Rektor I Universitas Mikroskil Medan.
5. Bapak William, S.Kom., M.M. selaku Wakil Rektor II Universitas Mikroskil Medan.
6. Bapak Andri, S.Kom., M.T.I. selaku Wakil Rektor III Universitas Mikroskil Medan.
7. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
8. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.

9. Ibu Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.Si. selaku Dosen Wali yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
10. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.
11. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan doa kepada penulis.
12. Teman-teman Fakultas Manajemen Bisnis angkatan 2019 yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis.
13. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. 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, 04 Agustus 2023  
Penulis,

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL  
Vincent Laurent



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Ruang Lingkup.....	7
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat Penelitian .....	8
1.6. Originalitas .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>10</b>
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Keputusan Pembelian .....	10
2.1.2. Harga.....	12
2.1.3. Promosi Penjualan .....	15
2.1.4. Kualitas Produk.....	17
2.2. Review Peneliti Terdahulu.....	20
2.3. Kerangka Konseptual .....	23
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	24
2.4.1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.4.2. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.4.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	25

2.4.4.	Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1.	Jenis Penelitian.....	27
3.2.	Objek Penelitian .....	27
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.3.1.	Data Primer .....	28
3.3.2.	Data Sekunder (Studi Kepustakaan).....	29
3.4.	Populasi dan Sampel .....	29
3.4.1.	Populasi.....	29
3.4.2.	Sampel .....	30
3.5.	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.6.	Metode Analisis Data.....	32
3.6.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	32
3.6.2.	Analisis Kualitas Data .....	33
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.4.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	36
3.6.5.	Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1.	Hasil Penelitian .....	38
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	38
4.1.2.	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	38
4.1.3.	Gambaran Umum Responden (Demografi).....	39
4.1.4.	Hasil Statistik Deskriptif.....	41
4.1.5.	Hasil Uji Kualitas Data .....	45
4.1.6.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	49

4.1.7.	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.1.8.	Hasil Uji Hipotesis.....	54
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	55
4.2.1.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	55
4.2.2.	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian ....	56
4.2.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
4.2.4.	Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>59</b>
5.1.	Kesimpulan .....	59
5.2.	Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>64</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>99</b>

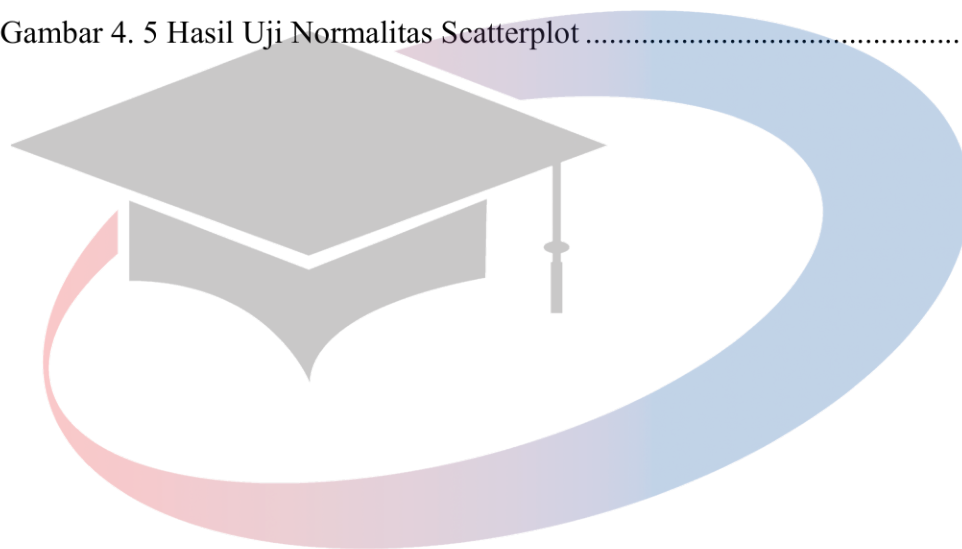
# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Juni 2021 – Mei 2022 .....	2
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Gudie parfum dengan produk pesaingnya;.....	5
Tabel 2. 1 Review Peneliti Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert.....	28
Tabel 3. 2 Data Populasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Mikroskil Stambuk 2019-2020 Sebagai Pengguna Gudie Parfum.....	30
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 1 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Stambuk .....	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Kelas .....	40
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	41
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Promosi Penjualan ( $X_2$ ).....	42
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	43
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Harga ( $X_1$ ).....	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan ( $X_2$ ).....	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Harga ( $X_1$ ) .....	48
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Promosi Penjualan ( $X_2$ ).....	48
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	49
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	49
Tabel 4. 16 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov Test.....	51
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4. 18 Hasil Uji Glejser.....	52
Tabel 4. 19 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	53
Tabel 4. 20 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	54
Tabel 4. 21 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji f).....	55
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	55

## DAFTAR GAMBAR

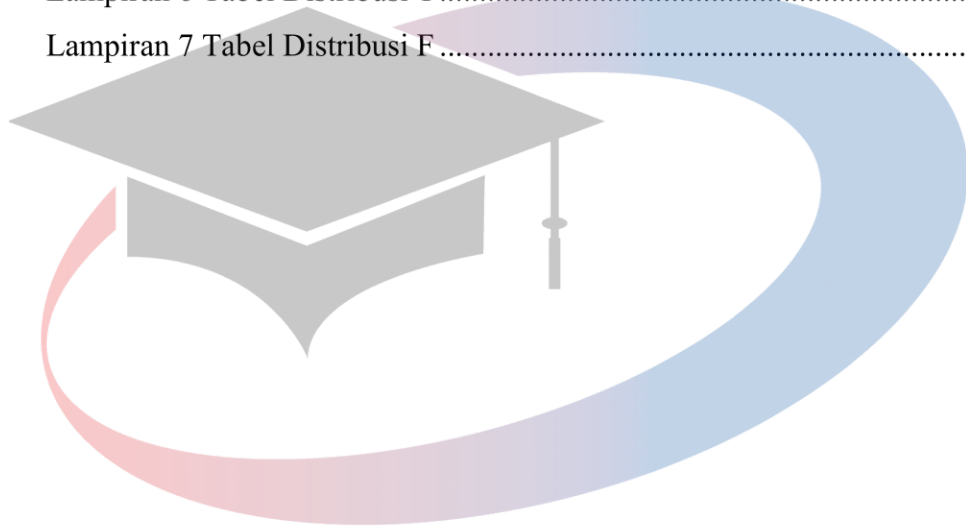
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	23
Gambar 4. 1 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk.....	40
Gambar 4. 2 Grafik Karakteristik Responden berdasarkan Kelas .....	41
Gambar 4. 3 Grafik Histogram.....	50
Gambar 4. 4 Grafik Normal Probability Plot .....	50
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Scatterplot .....	52



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	69
Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif.....	79
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data SPSS.....	81
Lampiran 5 Tabel Distribusi R.....	90
Lampiran 6 Tabel Distribusi T.....	93
Lampiran 7 Tabel Distribusi F.....	96



# UNIVERSITAS MIKROSKIL