

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
UNIQLO DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

FENDY WIJAYA

NIM. 222110043



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026**

**THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, AND PRODUCT
QUALITY ON PURCHASE DECISIONS FOR UNIQLO
PRODUCTS IN MEDAN CITY**

FINAL RESEARCH

By :

FENDY WIJAYA

222110043



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
SCHOOL OF BUSINESS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
UNIQLO DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

FENDY WIJAYA

222110043

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I.



Dr. Elizabeth Haloho, S.T., M. M.

Dosen Pembimbing II.



Suwianto, S.T., M.M.

Medan, 25 Februari 2026

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,



Christine, S.M., 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 : 222110043

Nama : Fendy Wijaya

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Uniqlo di Kota Medan

Tempat Penelitian : Delipark Mall Kota Medan

Alamat Penelitian : Jl. Putri Hijau Jl. Guru Patimpus No. 1 Blok OPQ Medan

No. Telp : 0812 6132 7840

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 untuk 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, 25 Februari 2026

Saya yang membuat pernyataan,



Fendy Wijaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo di Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel penelitian berjumlah 97 responden yang merupakan konsumen Uniqlo di Mall Delipark Medan meskipun kuesioner disebarakan secara online, responden tetap dibatasi pada konsumen yang pernah berbelanja langsung di *store* Uniqlo Mall Delipark Medan, menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan program SPSS versi 25 melalui uji statistik deskriptif, uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,566 menunjukkan bahwa harga, promosi, dan kualitas produk mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 56,6%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Uniqlo dalam merumuskan strategi pemasaran guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price, promotion, and product quality on purchasing decisions for Uniqlo products in Medan City. The research method used is quantitative descriptive research with data collection techniques through questionnaires. The research sample consisted of 97 respondents who were Uniqlo consumers at Delipark Mall Medan. Although the questionnaire was distributed online, respondents were still limited to consumers who had shopped directly at the Uniqlo store at Delipark Mall Medan, using a purposive sampling technique. The data obtained were analyzed using the SPSS version 25 program through descriptive statistical tests, data quality tests (validity and reliability), classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results showed that partially, price, promotion, and product quality had a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, the three independent variables also had a significant effect on purchasing decisions for Uniqlo products. The coefficient of determination (R^2) value of 0.566 indicates that price, promotion, and product quality were able to explain purchasing decisions by 56.6%, while the rest was influenced by other factors outside the research model. The results of this study are expected to be a consideration for Uniqlo in formulating marketing strategies to increase consumer purchasing decisions.

Keywords: Price, Promotion, Product Quality, and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Uniqlo di Kota Medan”**. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan Gelar Sarjana Program Studi S-1 Management di Universitas Mikroskil.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini sangat sulit terwujud sebagaimana yang diharapkan, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Elizabeth Haloho, S.T., M. M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, motivasi dan pikiran untuk membimbing serta memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat diselesaikan tepat waktu.
2. Bapak Suwianto, S.T., M. M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memluangkan waktu, motivasi, dukungan dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., PH.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Christine, S.M., M.Si., selaku Ketua Program Studi S-1 Management Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M. Sebagai dosen wali yang selalu memberikan dukungan serta motivasi atau memberikan arahan dari Semester I sampai akhir wisuda.
7. Teristimewa kedua orang tua dari penulis yang telah banyak memberikan bimbingan dan bantuan baik moril maupun material sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

8. Seluruh teman yang tidak dapat penulis sebutkan karena telah memberikan dukungan, motivasi dan kebersamaan kita selama perkuliahan dan pergaulan menjadikan itu sebuah catatan sejarah bagi kita semua.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penyusun mengharapkan kritik dan saran yang bersifat mendukung agar menjadi lebih sempurna di masa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini bisa berguna dalam menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca.

Medan, 25 Februari 2026

Penulis,

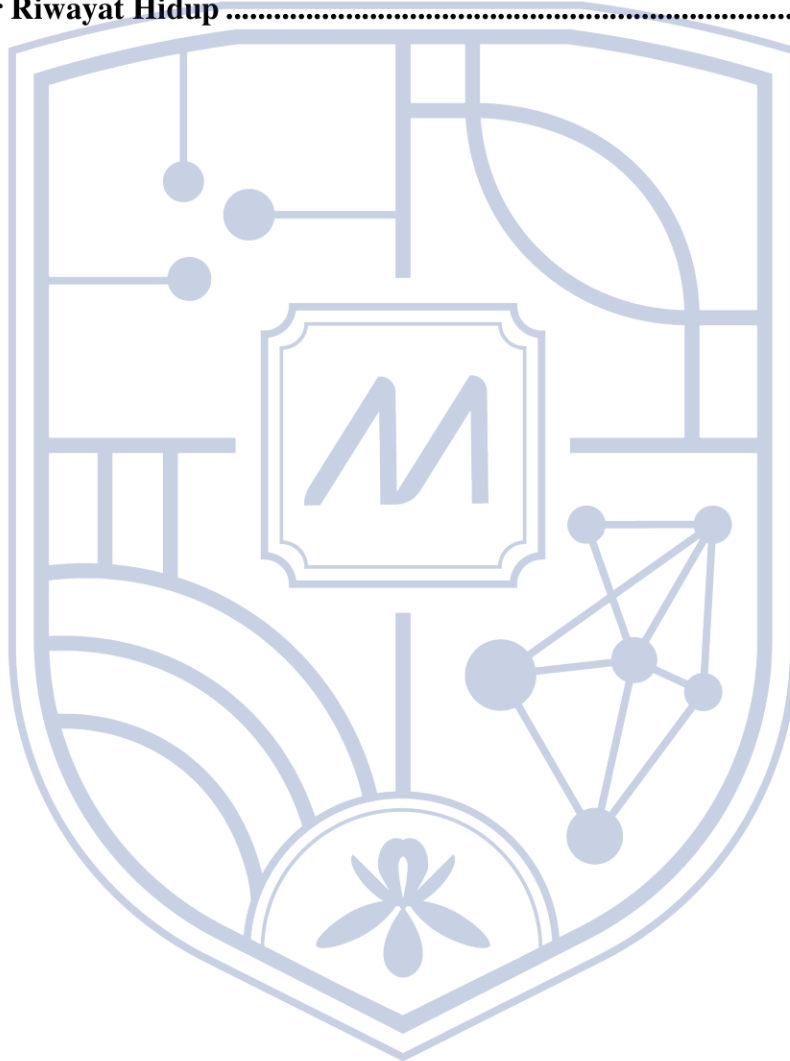
Fendy Wijaya

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Originalitas Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori Dasar	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.3 Harga.....	16
2.1.4 Promosi	19
2.1.5 Kualitas Produk.....	22
2.2 Review Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.4 Pengembangan Hipotesis	30
2.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo	30
2.4.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo.	31
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo	31
2.4.4 Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo	32

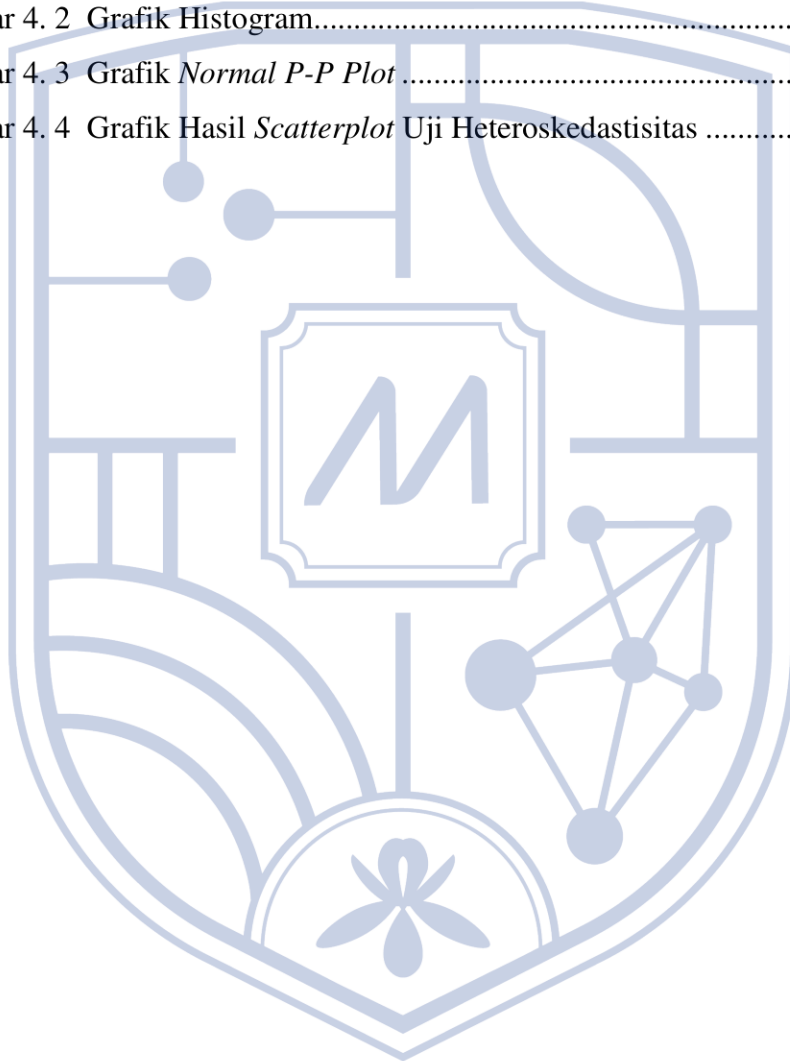
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Objek Penelitian	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.3.1 Penelitian Lapangan	33
3.3.2 Studi Kepustakaan.....	35
3.4 Populasi dan Sampel	35
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Sampel.....	35
3.5 Definisi Operational Variabel	37
3.6 Metode Analisis Data	38
3.6.1 Statistik Deskriptif	38
3.6.2 Pengujian Kualitas Data.....	38
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik	39
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.6.5 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	45
4.1.3 Gambaran Umum Responden	46
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif	47
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data	51
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	63
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	64
4.2 Pembahasan.....	67
4.2.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	68
4.2.4 Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	69

BAB V Kesimpulan dan Saran	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
Lampiran	75
Daftar Riwayat Hidup	119



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top 10 Pakaian Terlaris Global 2024	2
Gambar 1. 2 Brand Favorit	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	29
Gambar 4. 1 Perusahaan Uniqlo	42
Gambar 4. 2 Grafik Histogram.....	58
Gambar 4. 3 Grafik <i>Normal P-P Plot</i>	59
Gambar 4. 4 Grafik Hasil <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Pra-Survei Penelitian Harga.....	5
Tabel 1. 2	Pra-Survei Penelitian Promosi	6
Tabel 1. 3	Pra-Survei Penelitian Kualitas Produk.....	7
Tabel 2. 1	Review Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
Tabel 4. 1	Pembagian dan Pengembalian Kuesioner	44
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	45
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4. 4	Hasil Uji Deskriptif Statistik Harga	47
Tabel 4. 5	Hasil Uji Deskriptif Statistik Promosi	48
Tabel 4. 6	Hasil Uji Deskriptif Statistik Kualitas Produk.....	49
Tabel 4. 7	Hasil Uji Deskriptif Statistik Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Harga.....	51
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Promosi	52
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	53
Tabel 4. 11	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4. 12	Hasil Uji Reliabilitas Harga	55
Tabel 4. 13	Hasil Uji Reliabilitas Promosi	55
Tabel 4. 14	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	56
Tabel 4. 15	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4. 16	Hasil Uji Multikolinearitas <i>Coefficients</i>	57
Tabel 4. 17	Hasil Uji <i>One-sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	60
Tabel 4. 18	Hasil Uji <i>Glejser Coefficientsa</i>	62
Tabel 4. 19	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4. 20	Hasil Pengujian secara Parsial	64
Tabel 4. 21	Hasil Pengujian secara Simultan.....	65
Tabel 4. 22	Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2 Jawaban 30 Responden.....	78
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas untuk 30 Responden	82
Lampiran 4 Jawaban 97 Responden.....	87
Lampiran 5 Hasil Deskriptif Statistik	99
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	101
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	104
Lampiran 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	107
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	108
Lampiran 10 Tabel Distribusi.....	109
Lampiran 11 T-Tabel	111
Lampiran 12 Tabel Uji F.....	114

