



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK,
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SHAMPO PANTENE**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

SEPTIANI MAR'ATUL URFI

41218040

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHAMPO PANTENE**

Oleh

Nama : **SEPTIANI MAR'ATUL URFI**

Nim : **41218040**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 19 bulan Juni tahun 2022

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si

NIPY. 0622059001

Dosen Penguji I

Adi Susanto, S.Pd., S. H., M. M

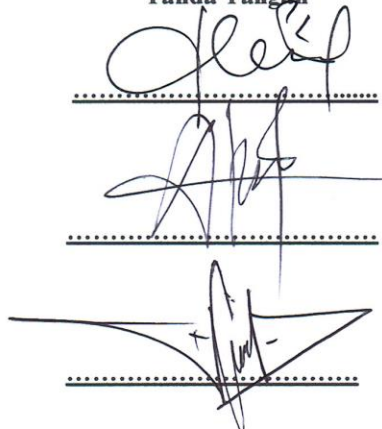
NIDN. 0602028302

Dosen Penguji II

Sugeng Rianto, S.H., M.Si

NIDN. 0611056503

Tanda Tangan

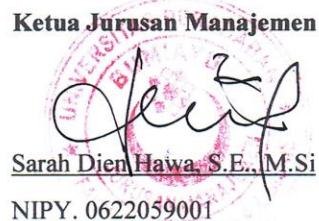


Diterima dan disahkan

Pada tanggal



Dekan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis
Mahroni, S.E., M. M
NIPY. 0621058902



Ketua Jurusan Manajemen
Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 0622059001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septiani Mar'atul Urfi

NIM : 41218040

Program Studi : S1 Manajemen

Mengatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebarkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan,



Yang membuat pernyataan

Septiani Mar'atul Urfi
Septiani Mar'atul Urfi

NIM: 41218040

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si, selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Muhroji, S.E., M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E. M.Si, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dari penyusunan proposal sampai skripsi ini selesai.
4. Bapak Adi Susanto, S.Pd., S. H., M. M selaku dosen penguji I skripsi penulis.
5. Bapak Sugeng Rianto, S.H., M.Si selaku dosen penguji II skripsi penulis.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada penulis.
7. Segenap staf Universitas Peradaban, yang telah memberikan layanan kepada penulis.

8. Bapak Abdulloh dan Ibu Sri Suswati, selaku kedua orang tua penulis yang telah memberikan segala baik doa, materi, kasih sayang, motivasi, kesabaran, yang membuat penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi.
9. Keluarga Besar tercinta, yang tak henti-hentinya memanjatkan doa dan selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan studi dan dalam menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan kepada peneliti.
10. Sahabat-sahabat seperjuanganku, Ovi, Rita, Yuni, Via, Melly, Shinta, Nining, Diah, Mia, Atik, Hilda, Siti untuk kebersamaan yang kalian berikan, bantuan yang kalian lakukan dan motivasi yang kalian berikan.
11. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2018. Terimakasih atas kebersamaan dan keceriaan selama penulis menempuh studi di Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

12. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebut satu per satu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan,

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Septiani' followed by a stylized flourish.

Septiani Mar'atul Urfi

41218040

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah semua orang yang mengetahui tentang shampo pantene yang jumlahnya tidak diketahui di seluruh wilayah Indonesia dan sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Metode pengambilan data diperoleh langsung dari pengisian kuesioner oleh responden secara *online* melalui *google form* uji validitas instrument menggunakan korelasi *Product Moment* dan uji reliabilitas menggunakan *alpha cronbach's*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi berganda dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan tingkat signifikansi cukup tinggi. hal ini ditunjukkan dari hasil uji nilai $t_{hitung} = 2,001$ sedangkan nilai t_{tabel} diperoleh angka 1,986 serta menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,048 yang berada jauh dibawah 0,05. (2) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = 17,563 > t_{tabel} = 1,986$ dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen dengan tingkat signifikansi cukup tinggi. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji nilai $t_{hitung} = 2,073 > t_{tabel} = 1,986$ dan signifikansi sebesar $0,041 < 0,05$. (4) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = 2,832 > t_{tabel} = 1,986$ dan signikasi sebesar $0,006 < 0,05$. Bahwa hipotesis semua variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 289,207 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan f_{tabel} diperoleh sebesar 2,470 maka dapat dirumuskan $F_{hitung} 289,207 > F_{tabel} 2,470$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Kualitas Produk, Inovasi Produk, Harga dan Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine: The Effect of Product Quality, Product Innovation, Price and Promotion on Purchase Decisions for Pantene Shampoo.

This research is a type of quantitative research. The research population is all people who know about Pantene shampoo, which is unknown in all regions of Indonesia and the sample in this study was 96 respondents. The data collection method was obtained directly from filling out questionnaires by respondents online through the google form. The instrument validity test was using Product Moment correlation and reliability testing was using Cronbach's alpha. The data analysis used is descriptive analysis, multiple regression analysis and classical assumption test.

The results of the study show that: (1) Product quality has a positive and significant effect on Purchase Decisions with a fairly high level of significance. This is indicated from the results of the tcount test = 2,001 while the t table value is 1,986 and shows a significance number of 0.048 which is far below 0.05. (2) Product Innovation has a positive and significant effect on Purchase Decisions. This is indicated by the value of t arithmetic = 17.563 > t table = 1.986 and a significance level of 0.000 < 0.05. (3) Price has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions with a fairly high level of significance. This is shown from the test results t arithmetic = 2.073 > t table = 1.986 and a significance of 0.041 < 0.05. (4) Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions. This is indicated by the t arithmetic value of 2.832 > t table = 1.986 and a significance of 0.006 < 0.05. That the hypothesis of all independent variables simultaneously has a positive and significant effect on the dependent variable, this can be seen from the results of multiple linear regression analysis obtained by the calculated F value of 289.207 with a significance value of 0.000 and f table obtained by 2,470 then it can be formulated F arithmetic 289.207 > F table 2,470 and the significant value is 0.000 < 0.05.

Keywords: Product Quality, Product Innovation, Price and Promotion, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	12
A. Telaah Pustaka	12
1. Keputusan Pembelian.....	12
2. Kualitas Produk	16
3. Inovasi Produk	22
4. Harga	25
5. Promosi	28
B. Rumusan Model Penelitian	32
1. Penelitian Terdahulu	32

C. Perumusan Hipotesis	38
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2. Inovasi Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
3. Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	41
4. Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
5. Kerangka Pemikiran Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	44
BAB III. METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	46
A. Metode Penelitian	46
1. Jenis Penelitian.....	46
2. Lokasi Penelitian	46
3. Waktu Penelitian	46
4. Populasi dan Sampel	46
5. Sumber Data.....	48
6. Teknik Pengumpulan Data.....	49
7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	49
8. Definisi Operasional Variabel.....	50
B. Teknik Analisa Data	53
1. Uji Instrumen	53
a. Uji Validitas	53
b. Uji Reliabilitas	54
2. Analisis Deskriptif	55
3. Analisis Regresi Linear Berganda	57
a. Uji T	57
b. Koefisien Determinasi (<i>R-Squared</i>).....	59
c. Uji F	60
4. Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas.....	60
b. Uji Heteroskedastisitas.....	61
c. Uji Multikolinieritas.....	62
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	63
B. Analisis Data dan Pembahasan	69

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Award Kategori Shampo tahun 2019-2021	2
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	68
Tabel 6. Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 8. Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian	72
Tabel 9. Jawab Responden Untuk Variabel Kualitas Produk	74
Tabel 10. Jawaban Responden Untuk Variabel Inovasi Produk.....	76
Tabel 11. Jawaban Responden Untuk Variabel Harga.....	77
Tabel 12. Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi	78
Tabel 13. Hasil Regresi Berganda	80
Tabel 15. Hasil Koefisien Determinasi	83
Tabel 14. Hasl Uji F.....	84
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnov	85
Tabel 17. Hasil Uji Heteroskedastisitas	86
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinieritas	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 2. Grafik Normal <i>P-P Plot</i>	85
Gambar 3. Pola Grafik <i>Scatterplot</i>	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian	112
Lampiran 3. Tabulasi Data Kualitas Produk	116
Lampiran 4. Tabulasi Data Inovasi Produk	120
Lampiran 5. Tabulasi Data Harga	124
Lampiran 6. Tabulasi Data Promosi	128
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	132
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	134
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Inovasi Produk	136
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Harga	137
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Promosi	138
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	139
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	140
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk	141
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	142
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	143
Lampiran 17. Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	144
Lampiran 18. Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian Lanjutan ..	145
Lampiran 19. Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian Lanjutan ..	146
Lampiran 20. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk	147
Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk Lanjutan	148
Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk Lanjutan	149

Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk Lanjutan	150
Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Deskriptif Inovasi Produk	151
Lampiran 25. Hasil Uji Analisis Deskriptif Inovasi Produk Lanjutan.....	152
Lampiran 26. Hasil Uji Analisis Deskriptif Harga.....	153
Lampiran 27. Hasil Uji Analisis Deskriptif Harga Lanjutan	154
Lampiran 28. Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi	155
Lampiran 29. Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi Lanjutan.....	156
Lampiran 30. Hasil Uji Analisis <i>Descriptive Statistics</i>	157
Lampiran 31. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	158
Lampiran 32. Hasil Uji Asumsi Klasik	159
Lampiran 33. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	160
Lampiran 34. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal <i>P-Plot</i>	161
Lampiran 35. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Gletjer dan <i>Scatterplot</i> ..	162
Lampiran 36. Hasil Uji Multikolinieritas.....	163
Lampiran 37. Riwayat Hidup Penulis	164