

# Elyas Syukur

*by* UNITRI Press

---

**Submission date:** 13-Sep-2022 02:36PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1898695284

**File name:** Elyas\_Syukur.docx (97.53K)

**Word count:** 1003

**Character count:** 6575

**5**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI**

**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada Pabrik SM Keramik Batu, Jawa Timur)**

**SKRIPSI**



**DiSusun Oleh:**

**ELYAS SYUKUR**

**2018120189**

## RINGKASAN

Berkembangnya sebuah ekonomi bertambah banyak di Indonesia bisa bertambah bersaing setiap instansi makin ketat, untuk itu diperlukan perhatian khusus dari pelaku usaha untuk tetap mempertahankan tingkat penjualannya. Riset berikut memiliki tujuan sebagai pengetahuan dampak dari kualitas produk, harga dan promosi terkait minatnya konsumen SM Keramik Batu Jawa Timur baik secara parsial ataupun simultan. Memakai riset kuantitatif, instrumen riset menyebarkan kuesioner, untuk menganalisa data memakai regresi linier berganda, untuk uji hipotesisnya memakai menguji t dan menguji F. dari Hasil menganalisa regresi berganda didapat penilaian koefisien regresi positif pada variabel kualitas produk dan promosi, sedangkan koefisien regresi negatif pada variabel harga. Hasil regresi didapat koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,526 (berkontribusi dampaknya besarnya 52,6%). Dari Hasil mengujian hipotesis uji t (parsial) didapat semua variabel bebas mempunyai penilaian  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dengan penilaian signifikansi  $\leq 0,05$  dan hasil uji F (simultan) didapat penilaian  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  dengan penilaian signifikan  $\leq 0,05$  lalu bisa menyimpulkan bahwasannya kualitas produk, harga dan promosi mempunyai pengaruh yang besar pada minat beli konsumen SM Keramik Batu Jawa Timur baik secara parsial (masing-masing) maupun secara simultan (bersama-sama). Diharapkan kepada pemilik/manajemen SM Keramik Batu Jawa Timur dapat memperhatikan bauran pemasaran, terutama terkait dengan kualitas produk, harga, dan promosi, sehingga hal ini dapat membangun citra atau *image* produk keramik yang dijual, dan hal ini tentu dapat meningkatkan omset penjualan.

7

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

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **1. Latar Belakang**

Berkembangnya sebuah ekonomi bertambah banyak di Indonesia bisa bertambah bersaing setiap instansi makin ketat. Perusahaan dituntut mempunyai suatu keunikan tersendiri supaya dapat memikat para konsumen untuk mempertahankan kepercayaan konsumen. Berubahnya gaya hidup konsumen, tentu saja menjadi suatu tantangan bagi sebuah perusahaan dalam mempertahankan serta meningkatkan penjualan produk mereka. Untuk mencapai tujuan tersebut langkah yang harus diambil oleh Perusahaan adalah harus adanya kegiatan pemasaran.

Bagi masing-masing instansi memproduksi suatu produk pasti selalu dengan tujuan yang utama yaitu adalah meningkatkan penjualan barang produksinya kepada pelanggan, maka dari itu perusahaan harus bisa berusaha mencari pelanggan. Dalam mengeluarkan produknya perusahaan harus mampu sesuaikan dengan kebutuhan dan kebutuhan pembeli. Dengan begitu barang tersebut dapat bersaing dalam pencarian, sehingga pembeli memiliki banyak pilihan barang sebelum memutuskan untuk membeli barang yang ditawarkan atau diinginkan. Kelebihan suatu barang dapat dirasakan oleh pembeli dan membuat pelanggan memutuskan untuk membeli barang tersebut.

Dalam memilih pilihan pembelian, pembeli dapat mempertimbangkan sebelum memilih barang termasuk kualitas barang, harga, promosi. Kualitas barang sangat berpengaruh pada pembeli dalam memilih barang. Kualitas barang adalah derajat kemudahan penggunaan dan ketangguhan suatu barang dalam menunjukkan dalam sistem kerja. Sesuai Kotler (2005:49) dalam

<sup>4</sup> Kapahang, N. F., Tampi, J. R., dan Rogahang, J. J. (2016). Kualitas barang adalah kualitas umum suatu barang atau administrasi dalam kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan. Seperti yang diungkapkan oleh Goetdch dan Davis (2002:4). Kualitas barang adalah kondisi kuat yang terkait dengan barang dagangan, administrasi, individu, barang, dan iklim yang memenuhi atau melampaui asumsi.

Harga juga sangat berperan penting terhadap keputusan pembelian pada SM Keramik Batu, Jawa Timur. Kotler dan Keller (2009:67) memaknai <sup>2</sup> bahwa biaya merupakan salah satu komponen dari perpaduan yang menampilkan yang menciptakan pendapatan, komponen yang berbeda menghasilkan biaya. Organisasi secara teratur mendorong struktur evaluasi yang mencerminkan varietas geografis yang dicari dan biaya, kebutuhan porsi pasar, waktu pengadaan, tingkat permintaan, pengulangan alat angkut, dan jaminan. Sehingga Harga merupakan hal yang mendasar dalam menentukan pilihan produk dalam proses transaksi pembelian barang atau jasa. Harga produk yang akan ditawarkan pada SM Keramik Batu, Jawa Timur cukup relatif tinggi, akan tetapi harga yang akan dikasih sama halnya dengan kualitas produknya yang terjamin.

Sedangkan Promosi bisa berpengaruh penting dalam mengambil keputusan konsumen. Dalam mempertimbangkan pembelian tentunya konsumen dapat mengetahui media promosi atau proses promosinya, Dengan demikian produsen harus memberikan promosi yang mudah di akses oleh konsumen agar mudah terjangkau. Promosi adalah cara yang berbeda untuk menerangi, meyakinkan, dan mengingatkan pembeli secara langsung atau dengan implikasi tentang item atau merek yang dijual. sesuai (Kotler dan Keller, 2009:510 dalam Mandey, 2013). Dalam meningkatkan dedikasi pembeli, tentunya produsen harus memberikan kualitas barang, harga, dan promosi yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Keramik merupakan salah satu produk kebudayaan yang paling tua yang dibuat dengan bahan utamanya yaitu tanah liat yang dibentuk dan dibakar dan menjadi salah satu kebutuhan bagi semua orang dimana keramik adalah salah satu bagian aspek pendukung dasar dalam memberikan susunan yang indah dalam interior rumah. Semakin banyak pelanggan yang meminta kebutuhan keramik maka semakin banyak juga produsen produsen yang memproduksi keramik keramik yang unik. Kebutuhan keramik biasanya sering digunakan untuk desain interior didalam ruangan terutama didalam rumah. Maka dari itu perusahaan sangat berusaha menciptakan inovasi-inovasi baru serta kualitas produk keramik agar penggunaan keramik terkesan indah dan mewah.

Dengan deskripsi yang di atas sehingga peneliti ini mereset dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SM KERAMIK BATU, JAWA TIMUR”**.

## <sup>8</sup> **2. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terkait putusan konsumen SM Keramik Batu, Jawa Timur?
2. Apakah harga mempunyai pengaruh terkait putusan konsumen SM Keramik Batu, Jawa Timur?
3. Apakah promosi mempunyai pengaruh terkait putusan konsumen SM Keramik Batu, Jawa Timur?
- <sup>9</sup>  
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi mempunyai pengaruh terkait putusan konsumen SM Batu, Jawa Timur?

### 3. Tujuan Masalah

Dengan pemaparan rumusan masalah sehingga peneliti memiliki tujuan :

1. Untuk mengetahui mempunyai pengaruh terkait putusan konsumen SM Keramik Batu, Jawa Timur
2. Untuk mengetahui mempunyai pengaruh terkait putusan konsumen SM Keramik Batu, Jawa Timur
3. Untuk mengetahui mempunyai pengaruh terkait putusan konsumen SM Keramik Batu, Jawa Timur
4. Untuk mengetahui dampak kualitas produk, harga dan promosi terkait putusan konsumen SM Keramik Batu, Jawa Timur

### 4. Manfaat Penelitian

dengan tujuan penelitian sehingga riset berikut mempunyai manfaat:

- a. Bagi Mahasiswa

Sebagai peningkatan pada mengupayakan pembentukan kelompok riset studi belajar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

- b. Bagi Universitas

Sebagai parameter untuk belajar dengan beberapa sarana media untuk memberikan tambahan kualitas mengajar dan belajarnya bisa efektif kedepannya.

- c. Bagi Peneliti

Pada riset berikut dibutuhkan sebagai bahan acuan pada riset berikutnya.

## ORIGINALITY REPORT

---

15%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1 Submitted to St. Ursula Academy High School 5%  
Student Paper

---

2 Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan 2%  
Tinggi Indonesia Jawa Timur  
Student Paper

---

3 Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH 2%  
KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT.  
SATRIA NUSANTARA JAYA", Ekonika : Jurnal  
Ekonomi Universitas Kadiri, 2020  
Publication

---

4 Astrie Vita Maisari, Rini Nizar, Hamdan Yasid. 1%  
"DETERMINING THE PRIORITY OF THE  
MARKETING MIX OF THE KUANTAN-II FRIED  
BANANA AGROINDUSTRY BUSINESS IN THE  
SUB-DISTRICT OF LIMA PULUH KOTA  
PEKANBARU USING AHP METHOD", Jurnal  
AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi  
Pertanian dan Agribisnis, 2022  
Publication

---

5 [simki.unpkediri.ac.id](http://simki.unpkediri.ac.id)



Internet Source

1 %

6

[www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

Internet Source

1 %

7

[anzdoc.com](http://anzdoc.com)

Internet Source

1 %

8

[eprints.unisbank.ac.id](http://eprints.unisbank.ac.id)

Internet Source

1 %

9

[repository.unwidha.ac.id](http://repository.unwidha.ac.id)

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On