

MOTTO

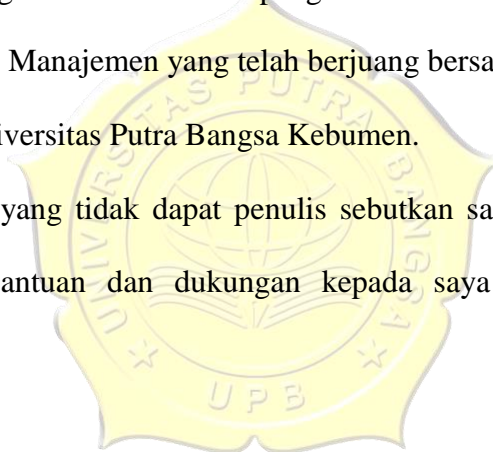
“Jika orang lain bisa, maka aku juga bisa.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Novian Endus Santoso dan Ibu Suprihatin yang selalu memberikan doa, kasih sayang dan dukungan baik tenaga, pikiran, ataupun finansial sehingga penulis bersemangat dalam usaha untuk memberikan yang terbaik.
2. Sahabat-sahabat terdekat terima kasih atas masukan dan dukungan yang luar biasa selama ini.
3. Para dosen yang telah memberikan pengarahan serta bimbingan.
4. Angkatan 2019 Manajemen yang telah berjuang bersama.
5. Almamater Universitas Putra Bangsa Kebumen.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan promosi produk terhadap keputusan pembelian sepatu Aerostreet (studi pada pengguna sepatu Aerostreet di Kabupaten Kebumen). Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan promosi produk, terhadap keputusan pembelian sepatu Aerostreet, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial maupun simultan. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu masyarakat Kebumen yang berusia minimal 17 tahun yang melakukan pembelian dan menggunakan produk sepatu Aerostreet dengan jumlah 100 responden. Pada penelitian ini menggunakan angket/kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan hasilnya dianalisis menggunakan program SPSS 25 for windows. Hasil hipotesis pertama bahwa persepsi harga secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis kedua bahwa kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis ketiga bahwa promosi produk secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis keempat bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan promosi produk, secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : Sepatu Aerostreet, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Promosi Harga, Keputusan Pembelian, Kebumen

ABSTRACT

This research aims to find out the influence of price perceptions, product quality and product promotion on purchasing decisions for Aerostreet shoes (study of Aerostreet shoe users in Kebumen Regency). The problem raised in this research is an analysis of the influence of perceived price, product quality and product promotion on the decision to purchase Aerostreet shoes, with the aim of finding out how big the influence is partially or simultaneously. The sample data taken in this research were Kebumen people aged at least 17 years who purchased and used Aerostreet shoe products with a total of 100 respondents. This research uses questionnaires as a data collection tool. Data analysis used in this research used multiple linear regression analysis and the results were analyzed using the SPSS 26 for Windows program. The results of the first hypothesis are that partial price perceptions have a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the second hypothesis are that product quality partially has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the third hypothesis are that partial product promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the fourth hypothesis are that perceptions of price, product quality and product promotion partially have a positive and significant influence on purchasing decisions

Keywords: Aerostreet Shoes, Price Perception, Product Quality, Price Promotion, Purchasing Decisions, Kebumen

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan limpahan karunia serta anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet (Studi Pada Pengguna Sepatu Aerostreet Di Kabupaten Kebumen)”** dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Putra Bangsa. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi yang sangat berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen dan dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi..
2. Kedua orang tua yaitu Bapak Novian Endus Santoso dan Ibu Suprihatin yang selalu memberikan doa, kasih sayang dan juga dukungan bagi penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta layanan pendidikan sehingga bisa tercapai tujuan dan cita-cita penulis.
4. Terima kasih untuk teman-teman satu angkatan 2019 atas bantuan dan dukungannya selama ini.

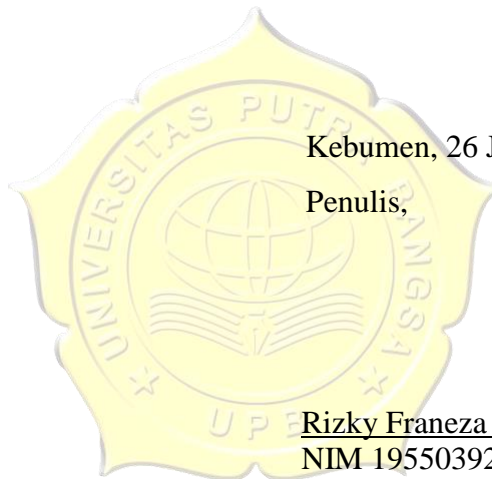
5. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini, untuk itu penulis tidak menutup diri akan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan.

Kebumen, 26 Januari 2024

Penulis,

Rizky Franeza Ichvan Santoso
NIM 195503926



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori	14

2.1.1.	Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2.	Persepsi Harga.....	20
2.1.3.	Kualitas Produk.....	24
2.1.4.	Promosi Produk.....	27
2.2.	Penelitian Terdahulu	29
2.3.	Hubungan Antar Variabel	36
2.4.	Model Empiris.....	38
2.5.	Hipotesis.....	39
BAB III		41
METODE PENELITIAN.....		41
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	41
3.1.1.	Objek Penelitian.....	41
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	41
3.2.	Variabel Penelitian.....	41
3.2.1.	Variabel Independent (Variabel Bebas).....	41
3.2.2.	Variabel Dependent (Variabel Terikat).....	41
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	42
3.3.1.	Variabel Minat Beli (Y1)	42
3.3.2.	Variabel Persepsi Harga (X1)	42
3.3.3.	Variabel Kualitas Produk (X2).....	43
3.3.4.	Variabel Promosi Produk (X3).....	44
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	44
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	45

3.5.1.	Jenis Data	45
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data	46
3.6.	Populasi dan Sampel	47
3.7.	Teknik Analisis	49
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	49
3.7.2.	Analisis Statistik.....	49
3.8.	Alat Analisis Data	51
3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	54
3.8.3.	Analisis Regresi Lininer Berganda	55
3.8.4.	Uji Hipotesis.....	56
BAB IV	60
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	60
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	60
4.2.	Analisis Deskriptif.....	61
4.3.	Analisis Statistik.....	65
4.4.	Pembahasan	80
BAB V	83
SIMPULAN	83
5.1.	Simpulan.....	83
5.2.	Keterbatasan	84
5.3.	Implikasi.....	85
5.3.1.	Implikasi Praktis.....	85

5.3.2. Implikasi Teoritis	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

Tabel I-1	7
Tabel I-2	8
Tabel I-3	10
Tabel II-1	47
Tabel III-1	57
Tabel III-2	58
Tabel III-3	58
Tabel III-4	59
Tabel IV-1	77
Tabel IV-2	77
Tabel IV-3	78
Tabel IV-4	79
Tabel IV-5	81
Tabel IV-6	81
Tabel IV-7	82
Tabel IV-8	83
Tabel IV-9	83
Tabel IV-10	85
Tabel IV-11	88
Tabel IV-12	89
Tabel IV-13	92
Tabel IV-14	94
Tabel IV-15	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1	2
Gambar I-2	53
Gambar IV-1	86
Gambar IV-2	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	103
Lampiran 2	104
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden	104
Lampiran 4 Tabulasi	105
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	106
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	106
Lampiran 7	107
Lampiran 8	108
Lampiran 9	109
Lampiran 10	110
Lampiran 11	111
Lampiran 12	112
Lampiran 13	113
Lampiran 14	114

