

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Pada Pabrik SM Keramik Batu, Jawa Timur)**

**SKRIPSI**



**DiSusun Oleh:**

**ELYAS SYUKUR**

**2018120189**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI  
2022**

Elyas Syukur<sup>(1)</sup>  
Drs. Subianto, MM<sup>(2)</sup>, Moch Nurhidayat, S.T, M.M<sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

<sup>(2)(3)</sup>Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Email: [elsyukur00@gmail.com](mailto:elsyukur00@gmail.com)

### 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 signigikan  $\leq 0,05$  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.

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

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 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 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 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 meriset dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SM KERAMIK BATU, JAWA TIMUR”**.

### **1.2 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
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi mempunyai pengaruh terkait putusan konsumen SM Batu, Jawa Timur?

### **1.3 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

#### **1.4 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.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Aaker. 2008. Managemen Ekuitas Merek, alih bahasa Aris Ananda. Mitra Utama.  
Jakarta.

- Ainur, R., & KHASANAH, I. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Hi-Lo di Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Amri, U., Marzuki, A., & Riyanto, S. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja, Stres Kerja, dan Komitmen Organisasi terhadap Turnover Intention pada Head Office PT. Thamrin Brothers Palembang. *Jurnal Kompetitif*, 6(1).
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Aprida, Y., Fitria, H., & Nurkhalis, N. (2020). Pengaruh supervisi kepala sekolah dan motivasi kerja guru terhadap kinerja guru. *Journal of Education Research*, 1(2), 160-164.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 216-221.



- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen woles chips. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 1*(4), 441-447.
- Astuti, Z. F., Priyono, A. A., & Hatneny, A. I. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 10*(16).
- Chalim, A. S., Sunaryo, H., & Farida, E. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Shopee Di Era Pandemi (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 10*(01).
- Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas' adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI, 1*(4), 464-472.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 5*(2).
- Hanif, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa UN PGRI

Kediri (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UN PGRI Kediri). *Simki-Economic Vol. 02 No. 03 Tahun 2018 ISSN: 2599-0748, Hal. 0, 7.*

Idris, F., & Idris, I. (2014). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian sepatu di toko Fajar sport kecamatan pedurungan Kota semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Jamaludin, A. (2018). Hubungan Disiplin Kerja dan Motivasi terhadap Budaya Kerja pada CV. Panca Mandiri Jaya Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif, 3(2).*

Kapahang, N. F., Tampi, J. R., & Rogahang, J. J. (2016). Pengaruh Kualitas Produk & Harga Terhadap Keputusan Membeli (Studi Pada Konsumen Dodol Salak Produksi Desa Pangu). *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB), 4(4).*

Karnawati, H., & Annajah, S. M. PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS ETIKA BISNIS TERHADAP LOYALITAS KEPADA RITEL DENGAN PERAN MODERASI PELANGGARAN HARGA.

Luthfia, W. E., & SRI, R. T. A. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada coffee shop kofisyop tembalang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).