

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BARANG FASHION PRELOVED PADA MAHASISWA
UNMER MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun oleh :
Apolonius Rolan
18022000035**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022**

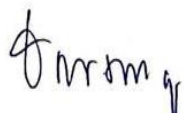
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Apolonius Rolan
Nomor Pokok : 18022000035
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BARANG FASHION PRELOVED PADA MAHASISWA
UNMER MALANG

Malang, Agustus 2022

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi



Drs. M. Nur Singgih, MM

Dosen Pembimbing



Drs. Nirwana, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang

Dr. Rudy Wahyono, M.Si

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG FASHION PRELOVED PADA
MAHASISWA UNMER MALANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :

APOLONIUS ROLAN

18022000035

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 18 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



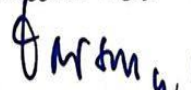
Drs. Nirwana, MM

Sekretaris Penguji



Rofikul Arhin, SE, MM

Anggota Penguji



M. Nur Singgih, SE, MM

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Agustus 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Rudy Wahyono, Msi

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Apolonius Rolan

NIM : 1802200035

Program Studi : S1 Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Barang Fashion Preloved Pada Mahasiswa Unmer Malang

Lokasi yang Diteliti : Universitas Merdeka Malang

Alamat Rumah Asli : Labuan Bajo, Manggarai Barat

No. Telp : 082140416301

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 25 Agustus 2022



Apolonius Rolan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : APOLONIUS ROLAN

Nomor Pokok : 18022000035

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Munting Kajang, 19 Maret 2000

Alamat :Jalan Gunung Agung 2A, Kel. Pisang Candi, Kec.
Sukun, Kota Malang

Nama Orang Tua (ayah) : Donatus Danu

(Ibu) : Servia Owa

Riwayat Pendidikan : 1. SDI Munting Kajang (2006-2012)

2. SMPK ST. Ignatius Loyola (2012-2015)

3. SMAN 1 Komodo (2015-2017)

4. SMA Bintang Timur Ruteng (2017-2018)

5. S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Univeritas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Tri Tunggal Maha Kudus karena berkat rahmat, tuntunan dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Penelitian ini dilaksanakan untuk memenuhi sebagian syarat dalam meraih gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Merdeka Malang. Meskipun telah banyak penelitian tentang manajemen pemasaran, namun penelitian ini berbeda dengan penelitian lainnya. Penelitian ini dikhususkan pada pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian barang *fashion preloved* pada mahasiswa Universitas Merdeka Malang. Skripsi ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pengetahuan yang bermanfaat bagi para pembaca dan pelaku bisnis, serta memberikan motivasi dalam melakukan penelitian lanjutan yang lebih baik.

Penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar berkat kontribusi dari banyak pihak, sehingga memudahkan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Melalui ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih bagi pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, kepada :

1. Dr.Rudy Wahyono,MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
2. Drs.M.Nur Singgih,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu selaku Sekretaris Jurusan Manajemen serta Bapak Joko sebagai staf di Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang
3. Drs. Nirwana, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan saran kepada penulis, serta Dosen Penguji I dan Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan kritikan dalam penulisan skripsi ini.

4. Kedua orang tua saya Bapak Donatus dan Mama Servia yang telah menghadirkan penulis didunia ini, yang selalu memberikan doa, dukungan dan cinta setiap saat.
5. Kepada Kae Maman umur 18+, Itin Lempe Nau dan siapa saja yang ikut memberi dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih banyak.

Penulis menyadari, bahwa skripsi masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Malang , 15 Agustus 2022



Apolonius Rolan

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Hasil Penelitian Terdahulu	16

C. Pengembangan Hipotesis.....	19
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	19
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	19
3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	20
D. Hipotesis.....	20
E. Kerangka Penelitian.....	21
BAB III	22
METODE PENELITIAN	22
A. Definisi Operasional Variabel.....	22
B. Lingkup Penelitian	26
C. Lokasi Penelitian	27
D. Populasi Dan Teknik Penarikan Sampel.....	27
E. Jenis Dan Sumber Data.....	28
F. Teknik Pengumpulan Data	28
G. Teknik Analisis Data	30
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Gambaran Umum lokasi penelitian Universitas Merdeka Malang	39
2. Gambaran tentang responden	40
B. Penyajian Data	42
C. Analisis Data Penelitian	53
D. Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V	68
KESIMPULAN DAN SARAN	68

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	70
C. Keterbatasan Penelitian.....	71
Daftar Pustaka	72
Sumber buku dan jurnal	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2. Skala Instrumen	28
Tabel 3. Indikator per-variabel.....	29
Tabel 4. Klasifikasi Koefisien Reliabilitas	32
Tabel 5. Tabel variasi produk	42
Tabel 6. Model sesuai dengan harapan konsumen	43
Tabel 7. Produk higienis.....	43
Tabel 8. Ukuran yang pas	44
Tabel 9. Keterjangkauan harga	45
Tabel 10. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.....	46
Tabel 11. Daya saing harga	46
Tabel 12. Kesesuaian harga dengan manfaat.....	47
Tabel 13. Iklan.....	48
Tabel 14. Persolan selling	49
Tabel 15. Promosi media sosial	49
Tabel 16. Direct marketing	50
Tabel 17. Melakukan pembelian ulang	51
Tabel 18. Keyakinan membeli terhadap produk	51
Tabel 19. Melakukan pembelian karena mendapat rekomendasi orang lain	52
Tabel 20. Uji validitas	53
Tabel 21. Uji realibilitas	55
Tabel 22. Uji multikolinearitas.....	57

Tabel 23. Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 24. Uji autokorelasi	58
Tabel 25. Regresi linear berganda	59
Tabel 26. Uji F	61
Tabel 27. Uji t	62
Tabel 28. Koefisien determinasi	63

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1 .Diagram jenis kelamin responden.....	40
Diagram 2. Klasifikasi responden berdasarkan fakultas	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka penelitian.....	21
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner	75
Lampiran 2. Data Tabulasi	78
Lampiran 3. Hitungan SPSS.....	80
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi	86
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi	87
Lampiran 6. Surat Keterangan Pemeriksaa Kemiripan.....	88

ABSTRAK

Keinginan untuk memiliki fashion berkualitas dengan merek terkenal membuat kebanyakan masyarakat Indonesia tertarik untuk membeli fesyen bekas dengan harga yang lebih terjangkau. Munculnya barang preloved sebagai alternatif mendorong para pelaku bisnis barang preloved yang berada di Indonesia untuk mampu menciptakan daya tarik tersendiri yang mampu membedakannya dengan pelaku bisnis barang preloved lainnya agar bisa mempengaruhi seseorang untuk terdorong dalam melakukan keputusan pembelian. Oleh sebab itu peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian barang fashion preloved pada mahasiswa universitas merdeka malang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 orang, data primer diperoleh melalui jawaban pernyataan dari responden menggunakan skala likert, alat analisis data menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan atau keseluruhan berpengaruh terhadap keputusan pembelian barang fashion preloved pada mahasiswa Universitas Merdeka Malang. Secara parsial keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan promosi dengan hubungan searah, sedangkan variabel harga memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya untuk lebih fokus pada pemasaran satu ritel atau toko yang menjual barang fashion preloved, agar memberikan manfaat bagi pengusaha toko atau ritel dalam meningkatkan penjualan produk, dan juga menambahkan variabel bebas lain seperti askes, informasi produk, faktor sosial dan lainnya.

Kata Kunci: Kualitas produk, harga, promosi, Keputusan Pembelian Barang *fashion Preloved*

ABSTRACT

The desire to have quality fashion with famous brands makes most Indonesians interested in buying used fashion at a more affordable price. The emergence of preloved goods as an alternative encourages the preloved goods business people who are in Indonesia to be able to create their own attraction that is able to distinguish them from other preloved goods business people in order to influence someone to be encouraged in making purchase decisions. Therefore, researchers conducted a study to determine the influence of product quality, price and promotion on the decision to purchase preloved fashion items on students of independent universities. The sample in this study was 99 people, primary data was obtained through equalization answers from respondents using the likert scale, a data analysis tool using SPSS. The results of this study show that product quality, price, and promotion simultaneously or as a whole affect the decision to purchase preloved fashion items at Merdeka University of Malang students. Partially purchasing decisions are influenced by price and promotion with unidirectional relationships, whereas price variables have a dominant influence on purchasing decisions. Researchers suggest that researchers should then focus more on marketing a single retail or store that sells preloved fashion items, in order to provide benefits for store or retail entrepreneurs in increasing product sales, and also add other free variables such as asks, product information, social factors and others.

Keywords: *Product quality, price, promotion, Purchase Decision Preloved fashion good.*