

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PRODUK GARMEN DI PT. MAGNUM
ATTACK INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: S1 Manajemen



Disusun Oleh:

ALBERTUS AGUNG

19022000281

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Albertus Agung
Nim : 19022000281
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Ulang Produk Garmen di PT. Magnum
Attack Indonesia

Malang, 03 Oktober 2023

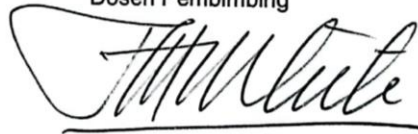
DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. M. Nur Singgih, SE., MM)

Dosen Pembimbing



(Prof. Dr. Widji Astuti., SE., MM, CPM.A)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Rudy Wahyono, SE., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK GARMEN DI PT. MAGNUM
ATTACK INDONESIA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Albertus Agung
19022000281

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 30 Agustus 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



(Prof. Widji Astuti, SE, MM, CPM, A)

Sekretaris Penguji



(Drs. Nirwana, M.M)

Anggota Penguji



(Dra. Diah Widiawati, M.M)

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis.

Malang, 03 Oktober 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang




Dr. Rudy Wahyono, SE., M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini:

Nama Mahasiswa : Albertus Agung

Nim : 19022000281

Program Stud : S1 Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Garmen
di PT. Magnum Attack Indonesia

Lokasi Yang Diteliti : PT. Magnum Attack Indonesia (Kota Malang)

Alamat Rumah Asal : Bari, Kec. Macang Pacar, Kab. Manggarai Barat, Prov.
NTT

No. Telp : 081237481727

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 03 Oktober 2023


Albertus Agung

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Albertus Agung

Nomor Pokok : 19022000281

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Tempat Tanggal Lahir : Kupang, 15 November 2000

Alamat Asal : Bari, Kec. Macang Pacar, Kab. Manggarai Barat, Prov. NTT

Nama Orang Tua:

Ayah : Nikolaus Jehidin

Ibu : Kristina Jina

Riwayat Pendidikan:

2007 – 2013 : SDK Bari

2013 – 2016 : SMPN 2 Macang Pacar

2016 – 2019 : SMAK St. Ignatius Loyola Labuan Bajo

2019 – 2023 : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat Nya-lah saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Garmen di PT. Magnum Attack Indonesia”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang. Selain itu, skripsi ini juga dibuat sebagai salah satu wujud implementasi dari ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan. Skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Rudy Wahyono., M.Si. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu Prof. Dr. Widji Astuti, SE., MM., CPM.A. Sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Mohamad Nur Singgih, SE., MM. Sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
4. Ibu Krisnawuri Handayani, SE., MM. Sebagai Sekertasis Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

5. Orang tua tercinta, Bapak Nikolaus Jehidin dan Ibu Kristina Jina yang telah mendoakan, memberikan dukungan dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman yang selalu memberikan motivasi, masukan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Saya berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa mengaruniakan berkat dan rahmat-Nya kepada mereka semua. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Malang, 03 Oktober 2023

Penulis



Albertus Agung

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	4
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori	6
1. Pemasaran	6
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	8
3. Perilaku Konsumen	9
4. Kualitas Produk	12

5. Harga	16
6. Promosi	18
7. Pembelian Ulang	19
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Konseptual	23
D. Hipotesis	25
BAB III : METODE PENELITIAN.....	26
A. Definisi Operasional Variabel	26
1. Variabel Independen (Variabel Bebas)	26
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)	27
3. Indikator dan Pertanyaan.....	28
B. Lingkup Penelitian.....	31
C. Lokasi Penelitian	32
D. Jenis dan Sumber Data.....	32
1. Jenis Data	32
2. Sumber Data	32
E. Populasi dan Sampel	33
1. Populasi	33
2. Sampel	33
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Teknik Analisis Data.....	35
1. Analisis Deskriptif	35
2. Teknik Pengujian Instrumen	36
3. Uji Asumsi Klasik	38
4. Uji Regresi Linear Berganda	39

5. Uji Hipotesis	40
6. Koefisien Determinasi (R^2)	42
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	43
A. Kondisi Umum Perusahaan.....	43
1. Sejarah PT. Magnum Attack Indonesia	43
2. Bentuk Hukum Perusahaan	45
3. Struktur Organisasi PT. Magnum Attack Indonesia	47
B. Teknik Analisis Data.....	48
1. Analisis Deskriptif.....	48
2. Teknik Pengujian Instrumen.....	69
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
4. Analisis Regresi Linear Berganda	76
5. Uji Hipotesis.....	78
6. Koefisien Determinasi (R^2)	80
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
C. Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2 : Indikator dan Pertanyaan	28
Tabel 3 : Pengukuran Skala Likert	35
Tabel 4 : Bentuk Hukum Perusahaan	45
Tabel 5 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 6 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Usia	49
Tabel 7 : Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 8 : Distribusi Frekuensi Variabel Harga	55
Tabel 9 : Distribusi Frekuensi Variabel Promosi.....	60
Tabel 10 : Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian Ulang	64
Tabel 11 : Hasil Uji Validitas	69
Tabel 12 : Hasil Uji Reriabilitas	71
Tabel 13 : Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 14 : Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
Tabel 15 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 2 : Lokasi PT. Magnum Attack Indonesia	32
Gambar 3 : Struktur Organisasi PT. Magnum Atacck Indonesia	47
Gambar 4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 2 : Data Tabulasi Hasil Penelitian.....	95
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas	96
Lampiran 4 : Hasil Uji Reliability.....	100
Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	104
Lampiran 6 : Deskripsi Jawaban Responden	106
Lampiran 7 : Berita Acara Bimbingan Skripsi	116
Lampiran 8 : Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	118
Lampiran 9 : Hasil Cek Pelagiasi	119

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk medeskripsikan, menguji dan menganalisis pengaruh yang dominan dari variabel kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian ulang produk garmen di PT. Magnum Attack Indonesia. Sampel dalam penelitian ini adalah pembeli produk garmen dari PT. Magnum Attack Indonesia minimal satu kali pembelian dan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama - sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang produk garmen dari PT. Magnum Attack Indonesia. Sedangkan secara parsial hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang produk garmen dari PT. Magnum Attack Indonesia, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang produk garmen dari PT. Magnum Attack Indonesia, dan variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang produk garmen dari PT. Magnum Attack Indonesia. Sedangkan variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap variabel keputusan pembelian ulang adalah variabel harga.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian Ulang

ABSTRACT

The aim of this research is to describe, test and analyze the dominant influence of product quality, price and promotion variables on the decision to repurchase garment products at PT. Magnum Attack Indonesia. The sample in this research was buyers of garment products from PT. Magnum Attack Indonesia has a minimum of one purchase and the sampling technique uses Purposive Sampling. Simultaneously, the research results show that the variables of product quality, price and promotion together influence the decision to repurchase garment products from PT. Magnum Attack Indonesia. Meanwhile, partially the research results show that product quality variables have a positive and significant effect on the decision to repurchase garment products from PT. Magnum Attack Indonesia, the price variable has a positive and significant effect on the decision to repurchase garment products from PT. Magnum Attack Indonesia, and promotional variables do not have a positive and significant effect on the decision to repurchase garment products from PT. Magnum Attack Indonesia. Meanwhile, the variable that has the most dominant influence on the repurchase decision variable is the price variable.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Repeat Purchase Decision