

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU DAN ATAU SANDAL
PADA PELANGGAN *CARVIL STORE GRAND BANTAR GEBANG BEKASI***

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh

Mia Aning Sumiati
NPM: 41183402180050



Strata 1
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM “45”
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU DAN ATAU SANDAL
PADA PELANGGAN *CARVIL STORE GRAND BANTAR GEBANG BEKASI***

Tanggal: 19 Januari 2024

oleh

Mia Aning Sumiati

NPM: 41183402180050

Disetujui,

Pembimbing



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khaumah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU DAN ATAU SANDAL
PADA PELANGGAN *CARVIL STORE GRAND BANTAR GEBANG BEKASI***

Tanggal: 24 Januari 2024

oleh

Mia Aning Sumiati
NPM: 41183402180050

Diuji oleh,

Penguji I



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Penguji II



Yunique Berry, S.M.B., M.Sc.

Mengetahui,
Pembimbing

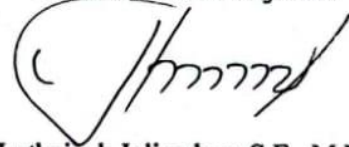


Tuti Sulastri, Dra., M.M.



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mia Aning Sumiati

NPM : 41183402180050

Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu dan atau Sandal pada Pelanggan *Carvil Store Grand* Bantar Gebang, Bekasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera di daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme atau apapun yang terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggung jawaban ilmiah tanpa adanya pemaksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 24 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Mia Aning Sumiati

ABSTRAK

Mia Aning Sumiati (41183402180050)

Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu dan atau Sandal pada Pelanggan *Carvil Store Grand Bantar Gebang Bekasi*

xiv + 141 halaman + 24 tabel + 3 gambar + 20 lampiran

Kata Kunci: Persepsi Harga, Promosi, Desain Produk, dan Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, promosi dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu dan atau sandal pada pelanggan *Carvil Store Grand Bantar Gebang Bekasi*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada Pelanggan *Carvil Store Grand Bantar Gebang Bekasi* sejumlah 100 responden. Untuk analisis data menggunakan analisis regresi linear ganda yang dihitung menggunakan program *Statistic Product and Service Solution 25.0 (SPSS 25.0)*.

Berdasarkan jawaban kuesioner yang telah diolah SPSS diperoleh hasil regresi ganda $Y = 11,547 + 0,363 (X_1) + 0,199 (X_2) + 0,381 (X_3)$. Hasil uji anova (uji F) diperoleh angka F_{hitung} yaitu 33,267 dengan angka signifikansi sebesar (0,000) lebih kecil dari standar *error* yang ditetapkan yaitu 0,05. Maka H_0 ditolak H_a diterima, dapat diartikan bahwa persepsi harga, promosi dan desain produk secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu dan atau sandal pada pelanggan *Carvil Store Grand Bantar Gebang Bekasi* dibuktikan dengan hasil $t_{hitung} \beta_1$ sebesar 3,636 dengan signifikansi sebesar (0,000). Promosi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu dan atau sandal pada pelanggan *Carvil Store Grand Bantar Gebang Bekasi* dibuktikan dengan hasil uji $t_{hitung} \beta_2$ sebesar 1,405 dengan nilai signifikansi (0,163). Desain produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu dan atau sandal pada pelanggan *Carvil Store Bantar Gebang Bekasi* dibuktikan dengan hasil uji $t_{hitung} \beta_3$ sebesar 2,823 dengan nilai signifikansi sebesar (0,006). Pengaruh persepsi harga, promosi dan desain produk adalah sebesar 49,4% sedangkan sisanya 51,6% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka: 48 (2013-2022)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu dan atau Sandal pada Pelanggan *Carvil Store Grand* Bantar Gebang, Bekasi”. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan atas junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabatnya, dan seluruh umat manusia.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi. Dalam proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis dengan ini mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Tuti Sulastri, Dra., M. M. selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran dengan penuh kesabaran dalam proses penyusunan skripsi sampai selesai.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. dan Ibu Yunike Berry, S.M.B., M.Sc. selaku dosen penguji yang sudah memberikan saran dan kritik yang diajukan pada saat sidang skripsi.
5. Dosen-dosen dan staff pengajar Fakultas Ekonomi yang dengan sabar membimbing, memberikan dan membagi ilmunya kepada kami semua dari semester awal sampai sekarang.

6. Untuk orang tua tercinta terima kasih sudah selalu mendoakan, memberi semangat dan membimbing dalam segala hal, memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tidak mungkin dapat penulis balas dengan apapun dan skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua yang selalu memberikan kebahagiaan kepada penulis.
7. Untuk suami dan anak tercinta yaitu Rival Fahrezi, A.Md. dan Rafandra Alfahreza yang selalu mendoakan, membantu serta memberikan semangat kepada penulis sampai dengan skripsi ini selesai.
8. Untuk saudara kandung tersayang yaitu kakak Lia Nurulianti, S.Pd., Nia Nuruliani, S.I.Kom. dan Adik Muhamad Aidin yang selalu mendoakan serta memberikan semangat kepada penulis sampai dengan skripsi ini selesai.
9. Untuk sahabat perjuangan yaitu Dona, Ayu, Pira, Qori, Heling, Melina, Retno, Savira, Ineke dan Nila. Terima kasih sudah membantu, memberi semangat, dan selalu ada dari semester awal sampai dengan proses skripsi ini selesai, semoga kalian diberikan kesuksesan di dunia hingga di akhirat.
10. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk masukan, saran serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mengharapkan penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu 'alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh

Penulis,

Mia Aning Sumiati

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.2 Konsep Bauran Pemasaran	10
2.3 Perilaku Konsumen	13
2.4 Keputusan Pembelian	14
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	15

2.5	Persepsi Harga	16
2.5.1	Pengertian Persepsi Harga	16
2.5.2	Tujuan Penetapan Harga.....	16
2.5.3	Indikator Persepsi Harga	18
2.6	Promosi.....	19
2.6.1	Pengertian Promosi.....	19
2.6.2	Bauran Promosi	20
2.6.3	Dimensi Promosi	21
2.6.4	Tujuan Promosi.....	22
2.7	Desain Produk	22
2.7.1	Pengertian Desain Produk	22
2.7.2	Tujuan Desain Produk	23
2.7.3	Indikator Desain Produk.....	24
2.8	Penelitian Terdahulu.....	25
2.9	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	30
2.10	Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Desain Penelitian.....	34
3.1.1	Metode Penelitian	34
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.1.3	Populasi dan Sampel.....	35
3.1.4	Jenis dan Sumber Data yang Digunakan	36
3.1.5	Teknik Pengumpulan Data	36
3.2	Model dan Instrumen Penelitian.....	37
3.2.1	Varibel Keputusan Pembelian (Y).....	38
3.2.2	Variabel Persepsi Harga (X ₁)	39

3.2.3 Variabel Promosi (X_2)	40
3.2.4 Variabel Desain Produk (X_3).....	41
3.3 Teknik Analisis Data	42
3.3.1 Metode Analisis Deskriptif.....	42
3.3.2 Uji Instrumen.....	42
3.3.3 Uji Validitas.....	42
3.3.4 Uji Asumsi Klasik	43
3.3.5 Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.3.6 Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	49
4.1.2 Visi dan Misi PT Carvil Abadi	49
4.2 Hasil Uji Kualitas Data.....	50
4.2.1 Deskripsi Hasil Uji Validitas.....	50
4.2.2 Deskripsi Hasil Uji Reliabilitas	54
4.3 Deskripsi Data Responden	55
4.4 Deskripsi Variabel.....	57
4.4.1 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
4.4.2 Deskripsi Data Variabel Persepsi Harga (X_1).....	59
4.4.3 Deskripsi Data Variabel Promosi (X_2).....	61
4.4.4 Deskripsi Data Variabel Desain Produk (X_3)	63
4.4.5 Deskripsi Hasil Uji Statistik.....	65
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	66

4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas	67
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4.7 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	71
4.7.1 Hasil Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	71
4.7.2 Hasil Uji Signifikan Secara Bersama-sama atau Anova (Uji F)	72
4.7.3 Hasil Koefisien Determinasi (KD)	73
4.8 Pembahasan	75
4.8.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Sepatu dan atau Sandal <i>Carvil Store Grand Bantar Gebang</i> Bekasi	76
4.8.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Sepatu dan atau Sandal <i>Carvil Store Grand Bantar Gebang</i> Bekasi	76
4.8.3 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu dan atau Sandal Pada Pelanggan <i>Carvil Store Grand Bantar Gebang</i> Bekasi	77
4.9 Kelemahan Penelitian	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indeks Kategori Perlengkapan Pribadi di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Daftar Persaingan Harga	4
Tabel 1. 3 Tabel Data Target dan Realisasi Penjualan Sepatu dan Sandal (2017-2021).....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Skala Likert.....	37
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X1).....	51
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Desain Produk (X3)	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	54
Tabel 4.6 Data Karakteristik Responden Penelitian	55
Tabel 4.7 Skor Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4.8 Skor Jawaban Responden Persepsi Harga (X1).....	59
Tabel 4.9 Skor Jawaban Responden Promosi (X2).....	61
Tabel 4.10 Skor Jawaban Responden Desain Produk (X3)	63
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	69
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikan Secara Bersama-sama (Uji F)	72
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (KD).....	73
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Hasil Uji Statistik	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	66
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot)	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian Sebelum dan Sesudah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	86
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	93
Lampiran 3 Kuesioner Sesudah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	107
Lampiran 4 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	113
Lampiran 5 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Persepsi Harga (X1)	116
Lampiran 6 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Promosi (X2)	119
Lampiran 7 Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Desain Produk (X3)	122
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik	125
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	127
Lampiran 10 Uji Penelitian Hipotesis	128
Lampiran 11 Tabel Distribusi t	129
Lampiran 12 Tabel Distribusi F	131
Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi	133
Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal	134
Lampiran 15 Surat Keputusan Pembimbing	136
Lampiran 16 Surat Izin Penelitian	137
Lampiran 17 Hasil Wawancara	138
Lampiran 18 Dokumentasi Pengambilan Sampel Penelitian	139
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup	140
Lampiran 20 Cek Plagiarisme	141

SKRIPSI MIA AS 26.9 update

ORIGINALITY REPORT

12%	17%	3%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.usu.ac.id Internet Source	2%
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2%
3	core.ac.uk Internet Source	2%
4	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	2%
5	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	1%
6	repositori.utu.ac.id Internet Source	1%
7	repositori.umsu.ac.id Internet Source	1%
8	repo.unhi.ac.id Internet Source	1%
9	repository.ekuitas.ac.id Internet Source	1%