

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN EMAS DI TOKO SLAMET JAYA
SURABAYA**

SKRIPSI

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



DISUSUN OLEH :

M.RIZAL AKBAR

19012010329 / FEB / EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN EMAS DI
TOKO SLAMET JAYA SURABAYA.
MAHASISWA UPN "VETERAN" JAWA TIMUR**

Disusun Oleh :

M.RIZAL AKBAR
19012010329/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 17 Mei 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama



Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003



Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M
NPT.380121002881

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : M.Rizal Akbar

N P M : 19012010329

N I K : 3578112209000001

Tempat / Tgl Lahir : Surabaya / 17 Mei 2024

Alamat Rumah : Jln.Bolodewo No.11

Judul Artikel : THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE
PERCEPTION ON GOLD PURCHASING DECISIONST AT THE
SLAMET JAYA SHOP SURABAYA

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari saduran / terjemahan / plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya, 27 - MEI - 2024

Yang menyatakan,



M.Rizal Akbar
19012010329

ABSTRAK**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN EMAS DI TOKO SLAMET JAYA
SURABAYA****OLEH****M.RIZAL AKBAR
19012010329/FEB/EM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap Keputusan pembelian produk emas di toko slamet jaya Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki emas di Surabaya yang pernah melakukan pembelian di toko emas slamet jaya Surabaya, sampel pada penelitian ini berjumlah 98 Responden diambil menggunakan Teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria. Sampel terdiri atas responden yang pernah melakukan pembelian produk emas di toko slamet jaya Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah (PLS) dengan uji validitas, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil olah data dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Keputusan pembelian produk emas di toko Slamet Jaya Surabaya dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel Kualitas produk dan Persepsi Harga

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang telah disusun dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN EMAS DI TOKO SLAMET JAYA SURABAYA”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis telah melewati banyak macam rintangan dan hambatan dalam menyelesaikan skripsi. Dengan adanya doa, usaha dan motivasi dari berbagai pihak yang terkait, penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Bantuan dan bimbingan yang diberikan dari berbagai pihak karena telah meluangkan waktu, pikiran dan juga tenaga sangat membantu penulis untuk melewati kesulitan, rintangan dan hambatan dalam penyusunan skripsi. Oleh karenanya, dengan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.T, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah menyediakan sarana dan prasarana dalam mendukung penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr.Heasty Prima Rini, S.E.,M.M selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan, bantuan, arahan, ilmu, waktu, pikiran, tenaga, kritik serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan lancar.
5. Ibu Zumrotul Fitriyah, S.E...M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, bantuan, arahan, ilmu, waktu, pikiran, tenaga, kritik serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.
6. Kedua orang tua penulis, dan saudara, yang telah memberikan dukungan baik secara finansial dan non-finansial, doa dan juga restu yang telah diberikan sehingga membuat saya lebih kuat dalam menyelesaikan skripsi.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam memberikan saran, motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi ini. Semoga kita selalu diberkahi oleh Allah SWT.

Surabaya, 26 Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Pemasaran.....	17
2.2.2 Pengertian Kualitas produk.....	18
2.2.3 Tujuan Kualitas Produk.....	19
2.2.4 Unsur-Unsur Kualitas Produk.....	19
2.2.5 Indikator Kualitas Produk.....	20
2.2.6 Pengertian Persepsi Harga	21
2.2.7 Tujuan Penetapan Persepsi Harga	22
2.2.8 Peranan Harga	24
2.2.9 Tujuan Harga.....	25
2.2.10 Indikator Persepsi Harga.....	26
2.2.11 Keputusan Pembelian.....	28

2.2.12 Proses Keputusan pembelian.....	29
2.2.13 Indikator Keputusan Pembelian	30
2.3 Hubungan antar Variabel	31
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2 Pengaruh Persepsi harga terhadap keputusan pembelian	32
2.4 Kerangka Konseptual	33
2.5 Hipotesis.....	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.1.1 Variabel Independen (Bebas).....	34
3.1.2 Variabel Dependen (Terikat)	36
3.1.3 Pengukuran Variabel	38
3.2 Teknik Penentuan Sampel	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Ukuran Sampel.....	39
3.3 Teknik pengumpulan data	40
3.3.1 Jenis data	40
3.3.2 Sumber data.....	41
3.3.3 Metode pengumpulan data	41

3.4 Uji Validitas dan Realibitas	42
3.4.1 Uji Validitas	42
3.4.2 Uji Reliabilitas	42
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	43
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Formatif.....	44
3.5.3 Cara Kerja PLS.....	46
3.5.4 Langkah-Langkah PLS.....	47
3.5.5 Asumsi PLS.....	53
3.5.6 Ukuran Sampel.....	54
BAB IV.....	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Profil Perusahaan.....	55
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....	56
4.2.2 Deskripsi Hasil Variabel.....	57
4.3 interpretasi hasil olah data PLS	61
4.3.1 First Oeder (Model pengukuran Dimensi dengan Indikator dan variabel dengan Indikator pada pengukuran Outer Model)	61
4.3.2 Inner Model (Pengujian Model Struktural)	66

4.3.3 Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung)	58
4.4 Pembahasan	59
4.4.1 Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian	59
4.4.2 PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	60
BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64