

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CARVIL
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

HALLIMAH RIZQI PUTTI

20012010158/FEB/EM

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

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CARVIL**

DI SURABAYA

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

HALLIMAH RIZQI PUTTI

20012010158/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CARVIL
DI SURABAYA**

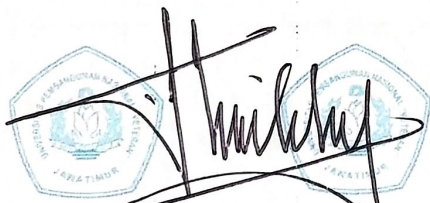
Disusun Oleh :

HALLIMAH RIZOI PUTTI
20012010158 / 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 : 12 September 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama


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


Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M.
NIP. 196203181988031002

**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 TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hallimah Rizqi Putti
NPM : 20012010158
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi / Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Carvil di Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 September 2024

Yang Menyatakan



Hallimah Rizqi Putti

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Carvil Di Surabaya”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari selama penyusunan skripsi ini mengalami kendala dan hambatan, namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Drs. Ec. Bowo Santoso, MM., selaku dosen pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan akademik dan pengarahan selama menempuh studi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Orang tua, keluarga, dan kakak tercinta yang selalu memberi doa dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
9. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
10. Teman-teman Mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2020 yang berjuang bersama-sama dan memberikan dukungan serta motivasi sehingga penulis sanggup mengerjakan penulisan proposal skripsi ini hingga selesai.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Surabaya, 14 April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Teorí	12
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.1.1 Bauran Pemasaran.....	12
2.2.2 Kualitas Produk	13
2.2.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	14
2.2.2.2 Dimensi Kualitas Produk	17
2.2.3 Persepsi Harga.....	18
2.2.3.1 Aspek Persepsi Harga	19
2.2.3.2 Indikator Persepsi Harga	21

2.2.4 Keputusan Pembelian	22
2.2.4.1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
2.2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	25
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.1.2 Pengukuran Variabel	34
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.2.3 Teknik <i>Sampling</i>	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1 Jenis Data	37
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	39
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	39

3.5.2 Model Indikator dalam PLS	40
3.6 Cara Kerja PLS.....	42
3.7 Langkah-langkah PLS	42
3.8 Asumsi PLS.....	49
3.9 Ukuran Sampel	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1 Sejarah Umum PT Carvil Abadi.....	50
4.1.2 Visi dan Misi produk Carvil	51
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	52
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	52
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.3 Analisis Data	63
4.3.1 Evaluasi Uji <i>Outlier</i>	63
4.3.2 Interpretasi Hasil Olah Data PLS	64
4.3.2.1 Analisis Model PLS	64
4.3.2.2 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran dan Validitas Indikator)	65
4.3.2.3 <i>Inner Model</i> (Pengujian Model Struktural).....	71
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis.....	73
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	75
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB V PENUTUP.....	77

5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> (TBI) Pada Tahun 2019-2023 untuk Kategori Sepatu <i>Casual</i>	2
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	53
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X1)	54
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga (X2) ..	59
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4.7 <i>Residuals Statistics</i> ^a	63
Tabel 4.8 <i>Path Coefficients</i> (<i>Mean</i> , <i>STDEV</i> , <i>T-Values</i>) antara dimensi dengan variabel.....	65
Tabel 4.9 <i>Outer Loadings</i> (<i>Mean</i> , <i>STDEV</i> , <i>T-Values</i>)	66
Tabel 4.10 <i>Cross Loading</i>	68
Tabel 4.11 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	69
Tabel 4.12 <i>Composite Reliability</i>	70
Tabel 4.13 <i>Latent Variable Correlations</i>	70
Tabel 4.14 <i>R-Square</i>	71
Tabel 4.15 <i>Path Coefficients</i> (<i>Mean</i> , <i>STDEV</i> , <i>T-Values</i>).....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fenomena Ulasan Produk Alas Kaki Carvil	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 3.1 Diagram Jalur Penelitian dengan PLS.....	43
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i> dengan nilai <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficients</i> , Dan <i>R-Square</i>	64
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i> dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i>	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	86
Lampiran 3 Tabel Frekuensi dari Hasil Outlier	88
Lampiran 4 Hasil Olah Data PLS.....	95

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CARVIL DI SURABAYA

Oleh :

HALLIMAH RIZQI PUTTI
20012010158 / FEB / EM

ABSTRAK

Potensi perluasan area alas kaki di negara ini terkait erat dengan kemajuan populasi dan mode global. Setiap perusahaan menjual alas kaki dengan berbagai merek, harga, dan manfaat dan dapat menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan. Namun, produk Carvil mengalami fluktuasi dalam minat konsumen untuk melakukan pertimbangan pembelian serta terdapat ulasan produk berupa komentar negatif terhadap kualitas serta harga produknya.

Tujuan dari penelitian ini yakni mengetahui dan menganalisis mengenai pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk Carvil di Surabaya. Penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian kuantitatif, mengakumulasikan data melalui penggunaan kuesioner. Terdapat 100 responden dalam kumpulan sampel. Sampel diambil dengan mengaplikasikan teknik *non-probability sampling* serta teknik *purposive sampling*. Metode analisis data di penelitian ini ialah SEM-PLS dengan uji validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis.

Perolehan penelitian membuktikan bahwasanya (1) Kualitas Produk memberi kontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk Carvil di Surabaya. (2) Persepsi Harga memberi kontribusi terhadap Keputusan Pembelian produk Carvil di Surabaya.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Persepsi Harga