

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BOUQUET CIVIARTSS BAGI MAHASISWA DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

UCI SILVIA RAHMAH

20012010123/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BOUQUET CIVIARTSS BAGI MAHASISWA DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

UCI SILVIA RAHMAH

20012010123/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BOUQUET CIVIARTSS BAGI MAHASISWA DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

UCI SILVIA RAHMAH
20012010123/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: 13 September 2024

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

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.
NIP. 196901132021212003


Ugy Soebiantoro, S.E., M.M.
NIP. 196901132021212003

**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 di bawah ini:

Nama : Uci Silvia Rahmah
NPM : 20012010123
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi / Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian *Bouquet* Civiartss bagi Mahasiswa 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 dosen 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 apa pun sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 13 September 2024

Yang menyatakan,



Uci Silvia Rahmah
NPM. 20012010123

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya serta karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Bouquet Civiartss bagi Mahasiswa di Surabaya*. Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan kali ini, Peneliti juga menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, di antaranya:

1. Allah SWT yang memberikan kesehatan sehingga Peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini,
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,
4. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing,
5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada Peneliti,

6. Ayah, Ibu, dan Kakak yang selalu mendoakan serta memberi dukungan, baik moril maupun materiil dan semangat kepada Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini,
7. Syaif, Aisyah, Anjel, Fachmi, dan Sufi yang telah memberikan dukungan, semangat, dan menemani peneliti dari semester satu hingga saat ini,
8. Seluruh sahabat dan teman-teman Peneliti yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih banyak kekurangan, baik dari segi teknis maupun segi penyusunannya. Untuk itu, Peneliti senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Besar harapan Peneliti agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, Peneliti mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua.

Surabaya, 9 Juli 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAKSI	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian Terdahulu	15
2.2. Landasan Teori.....	18
2.2.1. Kualitas Produk.....	18
2.2.2. Persepsi Harga.....	20
2.2.3. Promosi	22
2.2.4. Lokasi.....	24
2.2.5. Keputusan Pembelian.....	26
2.3. Hubungan Antarvariabel dan Hipotesis Penelitian	32

2.3.1.	Hubungan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian..	32
2.3.2.	Hubungan antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian....	33
2.3.3.	Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Pembelian	34
2.3.4.	Hubungan antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian.....	35
2.4.	Kerangka Konseptual.....	36
2.5.	Hipotesis Penelitian	37
	BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.1.1	Definisi Operasional.....	38
3.1.2	Indikator Variabel	38
3.1.3	Pengukuran Variabel.....	43
3.2	Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1	Populasi.....	44
3.2.2	Sampel.....	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1	Jenis Data	46
3.3.2	Sumber Data.....	46
3.3.3	Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4	Uji Validitas dan Reabilitas	47
3.4.1	Uji Validitas	47

3.4.2	Uji Reabilitas.....	47
3.5	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	48
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	48
3.5.2	Cara Kerja PLS	49
3.5.3	Model Spesifikasi PLS	49
3.5.4	Langkah-Langkah PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	49
3.5.5	Asumsi PLS.....	55
3.5.6	Ukuran Sampel.....	55
3.5.7	Uji Hipotesis.....	56
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	57
4.1.1.	Sejarah Singkat <i>Bouquet Civiartss</i>	57
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	59
4.2.1.	Analisis Karakteristik Responden.....	59
4.2.2.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	62
4.2.3.	Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	64
4.2.4.	Deskripsi Variabel Promosi	67
4.2.5.	Deskripsi Variabel Lokasi.....	70
4.2.6.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	72
4.3	Analisis Data.....	74

4.3.1.	Model Pengukuran (<i>Outer Loading</i>).....	74
4.3.2.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	80
4.3.3.	Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung).....	82
4.4	Pembahasan.....	85
4.4.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.4.2.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.4.3.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.4.4.	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	89
	BAB V PENUTUP.....	92
5.1.	Kesimpulan.....	92
5.2.	Saran.....	93
	DAFTAR PUSTAKA.....	95
	LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Dokumentasi Mahasiswa Merayakan Sidang KKN, Magang, Seminar Proposal, Seminar Hasil	8
Gambar 1.2 <i>Feedback</i> Positif <i>Customer</i> Civiartss	10
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	27
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	36
Gambar 3.1 Bentuk Diagram Jalur PLS	51
Gambar 4.1 Lokasi <i>Bouquet</i> Civiartss	58
Gambar 4.2 Diagram Jalur Hasil <i>Output</i> PLS	81
Gambar 4.3 <i>Inner Model</i> dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstraping</i>	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Bouquet</i> Civiartss Tahun 2023.....	7
Tabel 1.2 Daftar Kategori dan Harga <i>Bouquet</i> Civiartss	8
Tabel 3.1 Skala Bobot Indikator	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Universitas.....	60
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	62
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga	64
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Promosi.....	67
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Lokasi	70
Tabel 4.7 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.8 Nilai <i>Outer Loading</i>	74
Tabel 4.9 Nilai <i>Cross Loading</i>	77
Tabel 4.10 <i>Construct Reliability and Validity</i>	78
Tabel 4.11 <i>Latent Variabel Correlation</i>	80
Tabel 4.12 <i>R-Square</i>	80
Tabel 4.13 Uji Kausalitas (<i>Inner Weight</i>)	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	106

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BOUQUET CIVIARTSS BAGI MAHASISWA DI SURABAYA**

Oleh:

UCI SILVIA RAHMAH
20012010123/FEB/EM

ABSTRAK

Pada saat ini, *bouquet* menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan dan tidak ada matinya. Berbagai jenis produk yang ditawarkan dengan ragam kreatifitas yang menarik. Didukung dengan adanya fenomena perayaan selebrasi sidang oleh mahasiswa yang membuat *bouquet* banyak dicari dan permintaan pesanan bouquet yang sudah mengikuti trend yang sedang berkembang. Hal ini bisa dilihat dari semakin maraknya usaha bouquet baik itu perusahaan sejenis maupun rumahan. Rumusan masalah dalam penelitian ini 1). Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bouquet Civiartss mahasiswa di Surabaya? 2). Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian bouquet Civiartss mahasiswa di Surabaya? 3). Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian bouquet Civiartss mahasiswa di Surabaya? 4) Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian bouquet Civiartss mahasiswa di Surabaya? Penelitian ini bertujuan 1). Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *bouquet* Civiartss mahasiswa di Surabaya. 2). Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian *bouquet* Civiartss mahasiswa di Surabaya. 3). Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *bouquet* Civiartss mahasiswa di Surabaya. 4). Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian *bouquet* Civiartss mahasiswa di Surabaya.

Metode penelitan ini menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang dipilih secara *purposive sampling*. Responden terdiri dari mahasiswa di Surabaya yang pernah membeli *bouquet* Civiartss dan yang suka dengan perayaan. Pengumpulan data melibatkan data primer dan sekunder serta analisis dilakukan menggunakan teknik *Partial Least Squares* (PLS) dengan pengujian validitas, reliabilitas, dan hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian *bouquet* Civiartss, 2) terdapat pengaruh signifikan dan positif antara persepsi harga terhadap keputusan pembelian *bouquet* Civiartss, 3) terdapat pengaruh signifikan dan positif antara promosi terhadap keputusan pembelian produk *bouquet* Civiartss, dan 4) terdapat pengaruh signifikan dan positif antara lokasi terhadap keputusan pembelian produk *bouquet* Civiartss.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian, *Bouquet*.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION,
PROMOTION, AND LOCATION ON THE PURCHASING DECISIONS OF
CIVIARTSS BOUQUETS AMONG STUDENTS IN SURABAYA**

By:

UCI SILVIA RAHMAH
20012010123/FEB/EM

ABSTRACT

Currently, bouquets have become a promising and evergreen business. Various types of products are offered with a wide range of creative designs. This is supported by the trend of celebration ceremonies among students, particularly after their thesis defense, which has increased the demand for bouquets. The growing trend is evident from the proliferation of bouquet businesses, both in the form of companies and home-based enterprises. The research questions in this study are: 1) Does product quality affect the purchasing decision of Civiartss bouquets among students in Surabaya? 2) Does price perception affect the purchasing decision of Civiartss bouquets among students in Surabaya? 3) Does promotion affect the purchasing decision of Civiartss bouquets among students in Surabaya? 4) Does location affect the purchasing decision of Civiartss bouquets among students in Surabaya? The objectives of this research are: 1) To determine the effect of product quality on the purchasing decision of Civiartss bouquets among students in Surabaya. 2) To determine the effect of price perception on the purchasing decision of Civiartss bouquets among students in Surabaya. 3) To determine the effect of promotion on the purchasing decision of Civiartss bouquets among students in Surabaya. 4) To determine the effect of location on the purchasing decision of Civiartss bouquets among students in Surabaya.

This research uses a quantitative method involving 100 respondents selected through purposive sampling. The respondents consist of students in Surabaya who have purchased Civiartss bouquets. Data collection includes both primary and secondary data, and analysis is conducted using Partial Least Squares (PLS) techniques, with tests for validity, reliability, and hypothesis testing. The results of the study show that 1) there is a significant and positive influence of product quality on the purchasing decision of Civiartss bouquets, 2) there is a significant and positive influence of price perception on the purchasing decision of Civiartss bouquets, 3) there is a significant and positive influence of promotion on the purchasing decision of Civiartss bouquets, and 4) there is a significant and positive influence of location on the purchasing decision of Civiartss bouquets.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Promotion, Location, Purchasing Decision, Bouquet.*