

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CV. SINAR FAJAR
ALUMINIUM DAN KACA DI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh:

**MAZAYA NUR LATHIFAH
21012010030/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CV. SINAR FAJAR
ALUMINIUM DAN KACA DI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh :
MAZAYA NUR LATHIFAH
21012010030/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CV. SINAR FAJAR ALUMINIUM DAN
KACA DI KOTA KEDIRI**

Disusun Oleh :

MAZAYA NUR LATHIFAH

21012010030

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Pada Tanggal : 20 Agustus 2025

Pembimbing Utama

Drs. Zawawi, S.E., M.Pd., M.M.
NIP. 197006252021211003

Tim Penguji

Ketua

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

Anggota

Dra. Ec. Mei Retno Adiwaty, M. Si
NIP. 1966051619910332001

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 BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mazaya Nur Lathifah
NPM : 21012010030
Program : S1
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk CV. Sinar Fajar Aluminium dan Kaca di Kota Kediri

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 di setujui 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, 08 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Mazaya Nur Lathifah
NPM. 21012010030

KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Ujian Skripsi berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk CV. Sinar Fajar Aluminium dan Kaca di Kota Kediri”**

Penulisan Ujian Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk menuntaskan pendidikan tingkat Sarjana dalam jurusan Manajemen. Meskipun dalam proses penulisannya menghadapi beberapa hambatan dan tantangan, berkat bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, hambatan tersebut berhasil diatasi. Penulis menyadari bahwa ujian skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi peningkatan kualitas di masa yang akan datang.

Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada semua pihak yang telah berperan serta mendukung penyusunan Ujian Skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, di antaranya:

1. Achmad Fathoni Sholehuddin, S.Pd. dan Kartika Nur Tjahjani, S.Pd. selaku ayah dan ibu yang senantiasa mendampingi, membimbing, dan membesarkan penulis hingga penulis berada pada titik sekarang ini. Orang tua penulis yang senantiasa memotivasi moral dan material beserta doa yang tidak pernah putus untuk penulis agar dapat menyelesaikan pendidikan yang ditempuh.
2. Bapak Drs. Zawawi, S.E., M.Pd., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menemani serta memberikan bimbingan penulis selama proses menuntaskan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi. M, Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
5. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

6. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, M.M, CFP., selaku dosen pembimbing akademik yang mengutarakan nasihat, motivasi, dan bimbingan akademik selama penulis 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 mengutarakan nasihat, motivasi, dan ilmu selama penulis menempuh studi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
8. Rachma Fatika Sari, selaku kakak kandung dari penulis yang senantiasa menyuguhkan dukungan, motivasi, dan nasihat selama penulis dalam menyusun skripsi ini.
9. Devano Permata Putra N.P., selaku pendamping hidup hingga akhir hayat penulis yang telah setia, dan dukungan penuh kasih kepada penulis hingga mampu menuntaskan skripsi ini.
10. Aris Purwanto dan Nurul Choiriyah, selaku mertua dari penulis yang senantiasa memberikan dukungan serta nasihat kepada penulis dalam menyusun hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Divva Grizelda, Rahma Aprillia, Zona Icashya, Alleya Rahma, Anindya Benita, selaku teman tercinta penulis yang setia menemani selama masa perkuliahan, memberikan dukungan dan waktu sampai penulis berada pada titik akhir penyusunan skripsi ini.
12. Ericha, Rysma, Annisa, Satriya, Riza, Arya, Eksa, Alghi, Bryan, Arif (HORE), selaku rekan-rekan tersayang penulis yang selalu setia memberikan dukungan, motivasi, hingga bertukar pikiran dari menempuh Sekolah Menengah Pertama sampai pada akhir proses penyusunan skripsi ini.
13. Nafila Isabela, Tifany Sonia, Farah Dhiesta, selaku teman tersayang penulis yang senantiasa menemani, memberikan dukungan, dan siap siaga ketika penulis sedang membutuhkan.
14. Rekan dan kerabat dekat saya yang tidak dapat saya sebutkan satu-satu senantiasa memberikan dukungan dan semangat selama masa perkuliahan hingga saat ini.

15. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada diri sendiri, Mazaya Nur Lathifah, yang senantiasa berusaha, berjuang, dan mampu bertahan menghadapi tekanan serta tidak pernah menyerah dalam menyelesaikan proses penyusunan Ujian Skripsi ini.

Sebagai penutup, penulis berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah memotivasi penuntasan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka, dan semoga karya ini dapat menganugerahkan manfaat serta wawasan baru bagi penulis maupun pembaca.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pemasaran.....	13
2.2.2 Kualitas Produk.....	15
2.2.2.1 Definisi Kualitas Produk.....	15
2.2.2.2 Tingkatan Kualitas Produk.....	17
2.2.2.3 Indikator Kualitas Produk	18
2.2.3 Persepsi Harga	21
2.2.3.1 Definisi Persepsi Harga	21
2.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	22
2.2.3.4 Indikator Persepsi Harga.....	24
2.2.4 Keputusan Pembelian	26
2.2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian	26
2.2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
2.2.4.3 Proses Keputusan Pembelian oleh Konsumen	29
2.2.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	31
2.3 Hubungan Antarvariabel.....	32
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.4 Kerangka Konseptual	35
2.5 Hipotesis Penelitian.....	36

BAB III	36
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1 Pengukuran Variabel	38
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi	40
3.2.2 Sampel	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Jenis Data.....	41
3.3.2 Sumber Data	41
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	43
3.4.1 Metode Analisis Data	43
3.4.2 Langkah-Langkah PLS	44
BAB IV	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	49
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	52
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1)	53
4.3 Analisis Data.....	63
4.3.1 Interpretasi Hasil PLS.....	63
4.3.1.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator) .	63
4.3.1.2 Analisis Model PLS.....	70
4.3.1.2 Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	70
4.3.1.3 Pengujian Hipotesis	71
4.4 Pembahasan.....	73
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	73
4.4.2 Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian.....	74
BAB V.....	75
KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	57
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4. 7 <i>Outer Loading</i>	64
Tabel 4. 8 <i>Cross Loading</i>	66
Tabel 4. 9 <i>Average Variance Extra</i>	67
Tabel 4. 10 <i>Composite Reability</i>	68
Tabel 4. 11 <i>Latent Variable</i>	69
Tabel 4. 12 <i>R SQUARE</i>	71
Tabel 4. 13 <i>Path coefficients mean stdev t values p values</i>	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 IHPB Bahan Bangunan atau Konstruksi Indonesia 2024	2
Gambar 1. 2 IHPB Konstruksi Indonesia menurut Jenis Barang 2024.....	3
Gambar 1. 3 Data Penjualan CV. Sinar Fajar Aluminium dan Kaca	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 3. 1 Model PLS.....	44
Gambar 4. 1 <i>Output</i> PLS	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner	80
Lampiran 2	Tabulasi Data	83
Lampiran 3	Karakteristik Responden	85
Lampiran 4	Hasil Frekuensi Responden	86
Lampiran 5	<i>Outer Loading</i>	88
Lampiran 6	<i>Discriminant Validity</i>	89
Lampiran 7	<i>Content Reablitiy dan Validity</i>	89
Lampiran 8	<i>Outer Model</i>	90
Lampiran 9	<i>Latent Variabel</i>	90
Lampiran 10	<i>R-Square</i>	90
Lampiran 11	<i>Path Coeficients</i>	91

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CV. SINAR FAJAR
ALUMINIUM DAN KACA DI KOTA KEDIRI**

MAZAYA NUR LATHIFAH
21012010030/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada CV. Sinar Fajar Aluminium dan Kaca di Kota Kediri. Latar belakang penelitian ini didasari oleh fluktuasi penjualan perusahaan yang dipengaruhi oleh perubahan persepsi harga dan persaingan yang semakin ketat di industri bahan bangunan, serta perlunya peningkatan strategi pemasaran berbasis mutu produk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 80 responden yang merupakan konsumen CV. Sinar Fajar Aluminium dan Kaca. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah incidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antara variabel independen (kualitas produk dan persepsi harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa performa, daya tahan, desain, dan kesan kualitas produk mampu meningkatkan minat dan keyakinan konsumen dalam membeli. Persepsi harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti keterjangkauan harga, kesesuaian dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat menjadi pertimbangan penting konsumen dalam mengambil keputusan. Temuan ini menegaskan bahwa untuk meningkatkan penjualan, CV. Sinar Fajar Aluminium dan Kaca perlu memadukan strategi peningkatan kualitas produk dengan penetapan harga yang sesuai nilai produk.

Kata kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, PLS-SEM