

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION BRAND* LOKAL EIGER PADA
PENGGUNA APLIKASI TIKTOK**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

SAFINA NAJAH

20012010353/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 *FASHION BRAND* LOKAL EIGER PADA PENGGUNA
APLIKASI TIKTOK

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Mmperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Safina Najah

20012010353/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 FASHION BRAND LOKAL EIGER PADA
PENGUNA APLIKASI TIKTOK**

Disusun Oleh :

SAFINA NAJAH

20012010353/EM/FEB

Telah Dipertahankan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada tanggal : 20 November 2025

Pembimbing

Tim Penguji Ketua

Drs.Zawawi,SE.,M.Pd.M.M

Rizky Dermawan.S.E.,M.M

NIP. 197006252021211003

NIP.1972100420001121001

Anggota

Ratih Mukti Azhar S.P.,M.M

NIP.21219920624346

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

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

NIP.196304201991032001



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya 60294
Email: feb@upnjatim.ac.id laman: <http://febis.upnjatim.ac.id/>

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Safina Najah
NPM : 20012010353
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dn Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 04 November 2025

Yang menyatakan



Safina Najah

NPM. 20012010353

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, sebab dengan rahmat serta hidayat-Ny penulis akhirnya mampu menuntaskan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION BRAND* LOKAL EIGER PADA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK”** ini secara baik.

Penelitian ini ditulis sebagai persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana dari Falkutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulisan penelitian ini tentu tidak terlepas dengan bantuannya banyak pihak, sehingga dalam peluang ini penulis ingin menyampaikan terima kasih khususnya untuk:

1. Prof . Dr. Ir Akhmad Fauzi, M.MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur
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 S.E.,M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dra. Zawawi, SE, MM, M.Pd selaku dosen pembimbing, terima kasih untuk seluruh nasihat maupun kontribusi yang telah diberikan dalam penulisan penelitian ini.
5. Orang Tua dan Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, doa, maupun kasih sayang yang tidak pernah berhenti untuk penulis.
6. Teman-teman satu perjuangan dari UPN Veteran Jawa Timur

Surabaya 21 Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
2. Manfaat Praktis	13
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	14
2.2 Tinjauan Teori.....	16
2.3 Kerangka konseptual	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III	46
METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Objek Penelitian	46
3.3 Operasionalisasi Variabel	47
3.4 Sumber Dan Cara Pengumpulan Data.....	50
3.5 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis	57
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 DESKRIPSI DATA.....	61
4.2 HASIL PENELITIAN.....	68
4.3 PEMBAHASAN.....	81
BAB V	70
PENUTUP.....	70
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia	2
Tabel 1. 2 Rekomendasi brand fashion lokal.....	10
Tabel 4. 1 Jenis kelamin.....	62
Tabel 4. 2 Klasifikasi Usia	63
Tabel 4. 3 Uji Validitas	68
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	70
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Harga	70
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas keputusan pembelian	71
Tabel 4. 7 Uji Normalitas.....	72
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas Coefficients ^a	73
Tabel 4. 9 Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4. 10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4. 12 Uji koefisien determinasi (R ²).....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian jadi	8
Gambar 2. 1 Lima tahapan menurut Kotler dan Keller	18
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir	27
Gambar 4. 1 logo Eiger	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	77
LAMPIRAN 2 Tabulasi Data	82

Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Brand* Lokal Eiger Pada Pengguna Aplikasi Tiktok

Zawawinya, Safina Najah

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

20012010353@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk fashion brand lokal Eiger di TikTok Shop. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Sampel penelitian sebanyak 119 responden yang dipilih secara purposive. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Eiger di TikTok Shop, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,004 dan 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,916 menunjukkan bahwa 91,6% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh kualitas produk dan harga, sedangkan 8,4% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai menjadi faktor utama dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada platform e-commerce berbasis media sosial

Kata Kunci: Produk Lokal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, TikTok Shop

Abstract

This study aims to analyze the effect of product quality and price on purchasing decisions of the local fashion brand Eiger on TikTok Shop. A quantitative explanatory approach was employed, with 119 purposively selected respondents. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that both product quality and price have a positive and significant effect on purchasing decisions for Eiger products on TikTok Shop, with significance values of 0.004 and 0.000, respectively. The coefficient of determination (R^2) of 0.916 shows that 91.6% of the variation in purchasing decisions is explained by product quality and price, while the remaining 8.4% is influenced by other factors outside the model. These findings highlight that the combination of good product quality and appropriate pricing is a key factor in enhancing consumer purchasing decisions on social media-based e-commerce platforms.

Keywords: Local Products, Product Quality, Price, Purchase Decision, TikTok Shop