

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND EIGER ADVENTURE
(STUDI KASUS PADA STORE EIGER ADVENTURE TANGERANG
SELATAN)**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



NAUFAL NURYADIN

NIM: 2061201166

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian *Brand Eiger Adventure* (Studi Kasus pada
Store Eiger Adventure Tangerang Selatan)
Nama : Naufal Nuryadin
NIM : 2061201166
Prodi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diujikan pada bulan Agustus 2024 di hadapan Tim Penguji Sidang Skripsi dan
dinyatakan lulus/tidak lulus (coret salah satu).

Pembimbing

Penguji

Husnayetti, S.E., M.M
NIDN: 0303036702

Tito Siswanto, S.E., M.M
NIDN: 0305108704

Ketua Program Studi Manajemen

Wakil Rektor I Bidang Akademik

Ayi Muhyidin, S.E., M.M
NIDN: 0304019004

Dr. Eng Saiful Anwar, S.E., A.K.,
M.Si., CA
NIDN: 0319047704

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menjawab bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Brand Eiger Adventure* (Studi Kasus pada *Store Eiger Adventure* Tangerang Selatan)” adalah karya saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain, telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini. Jika kemudian hari ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Jakarta, 11 Agustus 2024



(Nautal Nuryadin)
2061201166

KATA PERSEMBAHAN

Segala puja dan puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala, Tuhan Yang Maha Esa. Atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Dengan ini penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu saya mempersembahkan karya ini untuk:

1. Terimakasih Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan yang senantiasa memberikan perhatian dan doa untuk kemudahan serta kekuatan saya dalam menyusun skripsi ini hingga bisa selesai tepat waktu.
2. Terimakasih kepada seseorang yang kehadirannya penting dalam penulisan ini, Fadhillah Nadyatuzzahra. Terimakasih telah banyak andil dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, pikiran, waktu, kasih sayang, dan ketulusan kepada saya. THANK YOU 4 LOVIN' ME.
3. Terimakasih kepada teman-teman Organisasi saya baik di UKM Olahraga maupun IMMADA yang telah memberikan semangat dan dukungan.
4. Dan teruntuk teman-teman yaitu Dimas, Fiqih, Firdaus, Aldi, Dika, dan Alif Marlia, Anisa, Pia, Intan, Hafizhah, Zahra dan Hafsoh yang telah membantu dalam penyusunan karya tulis ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Brand Eiger Adventure* (Studi Kasus pada *Store Eiger Adventure* Tangerang Selatan)” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Sebagaimana ketentuan yang berlaku di ITB Ahmad Dahlan, bahwa mahasiswa/i tingkat akhir diwajibkan menyusun dan memaparkan skripsi sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan program Sarjana Manajemen. Atas rampungnya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Husnayetti, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi
2. Bapak Tito Siswanto, S.E., M.M selaku Dosen Penguji pada Ujian Skripsi
3. Bapak Ayi Muhyidin, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen

Akhir kata, semoga karya ini mendatangkan manfaat bagi penulis di masa depan, bagi perusahaan tempat penulis melakukan penelitian, dan bagi peneliti selanjutnya.

Jakarta, 11 Agustus 2024

(Naufal Nuryadin)

2061201166

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	
KATA PERSEMBAHAN	2
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK	
ABSTRACK	
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR.....	10
BAB I.....	11
PENDAHULUAN.....	11
1.1 Latar Belakang.....	11
1.2 Batasan Masalah	14
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS ...	16
2.1 Tinjauan Pustaka.....	16
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.1.2 Pengertian Persepsi Harga.....	16
2.1.3 Indikator Persepsi Harga	17
2.1.4 Pengertian Kualitas Produk.....	17

2.1.5 Indikator Kualitas Produk	17
2.1.6 Pengertian Promosi.....	18
2.1.7 Indikator Promosi	18
2.1.8 Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.1.9 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Objek dan Waktu Penelitian	25
3.3 Variabel Penelitian.....	26
3.4 Operasional Variabel	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1 Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>).....	29
3.5.2 Penelitian Kepustakaan (<i>Library Research</i>).....	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6.1 Populasi.....	29
3.6.2 Sampel.....	30
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.7.1 Metode Pengolahan Data.....	31
3.7.2 Analisis Statistik Data	31
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.1 Profile Perusahaan	34
4.1.2 Visi, Misi, Logo Eiger <i>Adventure</i>	34
4.1.3 Struktur Organisasi Eiger <i>Adventure</i>	35
4.1.4 <i>Job Description</i>	36
4.2 Deskripsi Data	37
4.2.1 Karakteristik Responden	37
4.2.1 Kesimpulan Karakteristik Responden.....	41
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	41
4.3 Uji Analisis Data serta Interpretasi Hasil	53
4.3.1 Uji Kelayakan Model	53
4.3.2 Analisis <i>Inner</i> Model (Model Pengukuran).....	61
4.4 Uji Hipotesis	62
4.5 Interpretasi Hasil.....	64
4.5.1 Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	64
4.5.2 Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.5.3 Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.5.4 Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	65
BAB V.....	66
KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Rule of Thumb Outer Model.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden (X1).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden (X2).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden (X3).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden (Y).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Hasil Uji Outer Loading Tahap 1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Hasil Construck Reliability & Validity Tahap 1..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Hasil Uji Outer Loading Tahap Akhir ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Hasil Construct Reliability & Validity Tahap Akhir ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Nilai Cross Loading antar Indikator dengan Construct	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12 Hasil Analisis Path Coefficients	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13 Hasil Analisis R-Square dan Adjusted R-Square	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.14 Hasil Analisis Nilai T-Statistik dan P Value.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 3.1 Model Persamaan Struktural	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Logo Eiger <i>Adventure</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Eiger <i>Adventure</i> ..	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.3 Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.4 Diagram Usia Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.5 Diagram Domisili Responden	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.6 Diagram Responden Yang Pernah Membeli Produk Eiger <i>Adventure</i> Tangerang Selatan.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.7 Outer Model Fit Tahap 1	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.8 Outer Model Fit Tahap 2	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.9 <i>Path Coefficients</i> & P Value	Error! Bookmark not defined.