

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU FORMULA SGM
(Studi Kasus Konsumen Susu Formula SGM di DKI Jakarta)**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON
PURCHASE DECISIONS OF SGM FORMULA MILK
(Case Study of SGM Formula Milk Consumers in DKI Jakarta)***

Oleh:

Risca Maylinda

2017410177

PROPOSAL SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBELIAN
SUSU FORMULA SGM**

(Studi Kasus Konsumen susu formula SGM Di DKI Jakarta)

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS OF SGM
FORMULA MILK***

(Case Study of SGM Formula Milk Consumers in DKI Jakarta)

Oleh
Risca Maylinda
2017410177

SKRIPSI

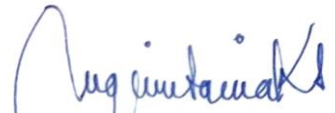
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini
Jakarta 11 Agustus 2023 dengan nila C+



Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M
Dosen Pembimbing



Drs. Fauzi Baisvir, M.M
Penguji I



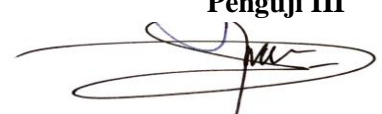
Dr. Melani Quintana, S.E, M.Pd
Penguji II



Dr. Sukardi, S.E, M.M
Dekan Fakultas Ekonomi



Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M
Penguji III



Dedi Damhudi, S.E, M.M
Ketua Program Studi

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBELIAN
SUSU FORMULA SGM**

(Studi Kasus Konsumen susu formula SGM Di DKI Jakarta)

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS OF SGM
FORMULA MILK***

(Case Study of SGM Formula Milk Consumers in DKI Jakarta)

Oleh

**Risca Maylinda
2017410177**

SKRIPSI

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 11 Agustus 2023



**Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M
Dosen Pembimbing**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Risca Maylinda

NIM : 2017410177

Jurusan/ Peminatan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula SGM, yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E.,M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 11 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Risca Maylinda

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian susu formula SGM di DKI Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang membeli susu formula SGM 2 kali dalam 1 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji (F), secara parsial menggunakan uji (T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,025 > 3,09$). Sedangkan kualitas produk secara parsial/sebagian mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($2,077 > 1,985$), dan harga secara parsial/sebagian mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($3,383 > 1,985$).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze influence product quality and price of the decision purchase sgm in jakarta formula milk. Data collection was carried out with the 100 respondents spread to buy formula milk sgm 2 times 11 last months. The sample done by using formulas the proportion unexpected. A the analysis used is linear regression), classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test) are carried out as requirements that must be met in multiple linear regression analysis. Simultaneous hypothesis testing using the (F) test, partially using the (T) test.

The results of this study indicate that the variable product quality and price have a simultaneous effect on purchasing decisions, this is evidenced by the F test with a value of $F_{count} > F_{table}$ ($24.025 > 3.09$). While quality product partially has an influence on purchasing decisions, this is proven by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ of ($2,077 > 1,985$), and price partially has an influence on purchasing decisions, this is evidenced by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ of ($3.383 > 1.985$).

Keyword : Quality Product, Price, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya bagi Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula SGM (Studi Kasus Konsumen Susu Formula SGM DKI Jakarta)”**, yang difokuskan pada konsumen susu SGM Formula DKI Jakarta. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Starta-1 (S1) Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua Orang Tua, Ayahanda tercinta Ishak dan Ibunda Tersayang Riyana Astuti yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil dan selalu mendoakan penulis selama kuliah sampai terselesainya skripsi ini.
2. Ibu Ellena Nurfazria Handayani,SE,MM selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan proposal skripsi ini.
3. Ibu Dr.Dian Anggraeny Rahim,SE,M.Si,selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Untuk adikku tersayang Ilham Alwan Ramadhan yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang kepada penulis.

5. Untuk Muhammad Izzy Fitra, Terimakasih telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis hingga terselesainya skripsi ini.
6. Bapak Dr. Sukardi,S.E,M.M,selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan..
8. Seluruh staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
9. Untuk teman temanku seperjuangan sekaligus sahabat di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Ine, Ariska, Indah, Yunike, dan Tito,terimakasih telah memberikan semangat,camda tawa dan dukungan kepada penulis.
10. Untuk teman-temanku sekaligus sahabat di SMK,Nur,Yuli,Intan, Gina, Noviana, Terimakasih telah memberikan semangat serta canda tawa dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih belum sempurna, penulis berharap semoga proposal skripsi ini ada manfaatnya bagi penulis dan pembaca sebagai penambah ilmu pangetahuan. Penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, Agustus 2023

Risca Maylinda

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi,Pembatasan, dan Rumusan Masalah	10
1. Identifikasi Masalah	10
2. Pembatasan Masalah	11
3. Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pengertian Manajemen	13
2.1.2 Pengertian Pemasaran	14
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.1.4 Fungsi Manajemen Pemasaran	16
2.1.5 Konsep Pemasaran	17
2.1.6 Bauran Pemasaran	20
2.1.7 Produk.....	24
1. Pengertian Produk	24
2. Klasifikasi Produk	25
3. Tingkatan Produk	28
2.2 Kualitas Produk	29
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	29

2.2.2 Persepektif Kualitas Produk	30
2.2.3 Konsep Kualitas Produk	33
2.2.4 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	33
2.3 Harga	35
2.3.1 Pengertian Harga	35
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Harga	35
2.3.3 Dimensi dan Indikator Harga.....	36
2.4 Perilaku Konsumen.....	37
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	37
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	38
2.5 Keputusan Pembelian	48
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	48
2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	49
2.5.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	50
2.5.4 Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian	52
2.5.5 Proses Keputusan Pembelian	53
2.6 Penelitian Terdahulu.....	56
2.7 Kerangka Pemikiran.....	61
2.8 Hipotesis Penelitian	63
BAB III METODE PENELITIAN	64
3.1 Metode yang digunakan.....	64
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	65
3.3 Operasional Variabel	65
3.3.1 Variabel Bebas (Variabel Independen).....	65
3.3.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen)	66
3.4 Sumber dan Cara Penentuan data.....	71
3.4.1. Sumber Data	71
1. Data Primer	71
2. Data Sekunder	71
3.4.2. Cara Penentuan data	72
1. Populasi	72

2. Sampel.....	72
3. Teknik <i>Sampling</i>	74
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	77
3.6.1 Rancangan Analisis	77
3.6.2 Uji Keabsahan Data	77
1. Uji Validitas	78
2. Uji Reliabilitas.....	78
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	79
1. Uji Normalitas	79
2. Uji Multikolinearitas	80
3. Uji Heteroskedastisitas	80
4. Uji Autokorelasi	81
3.6.4 Alat dan Analisis Data.....	82
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
2. Koefisien Determinasi (R^2)	83
3.6.5 Uji Hipotesis	84
1. Uji Simultan (F)	85
2. Uji Parsial (T).....	85
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	87
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Sari Husada (SGM)	87
4.1.2 Logo dan Arti Nama Perusahaan.....	88
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan Sari Husada (SGM).....	89
1. Visi.....	89
2. Misi.....	89
4.1.4 Nilai - Nilai Perusahaan SGM	89
4.1.5 Produk dari Perusahaan Sari Husada (SGM).....	90
4.2 Karakteristik Responden.....	90
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	90
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	92
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	93
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	93
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa banyak membeli susu formula SGM dalam 1 bulan terakhir.	94
4.2.7 Karakteristik Berdasarkan rata-rata pengeluaran membeli susu formula SGM.	95
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan tempat membeli susu formula SGM....	96
4.2.9 Karakteristik Berdasarkan Alasan membeli susu formula SGM.....	97
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	97
4.3.1 Kualitas Produk	97
4.3.2 Harga.....	113
4.3.3 Keputusan Pembelian	121
4.4 Uji Keabsahan Data	133
4.4.1 Uji Validitas.....	133
4.4.2 Uji Reliabilitas	135
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	136
4.5.1 Normalitas.....	136
4.5.2 Uji Multikolinieritas	137
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	138
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	139
4.6 Alat Analisis Data.....	140
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	140
4.6.2 Koefisien Determinasi	141
4.7 Uji Hipotesis.....	141
4.7.1 Uji F (Simultan).....	142
4.7.2 Uji T (Parsial)	142
4.8 Pembahasan dan Pemecahan Masalah	145
4.8.1 Hubungan Kualitas Produk (X1), dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian	145
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	146
4.8.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	146

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	148
5.1 Kesimpulan	148
5.2 Saran.....	149
DAFTAR PUSTAKA.....	150
LAMPIRAN.....	153



DAFTAR TABEL

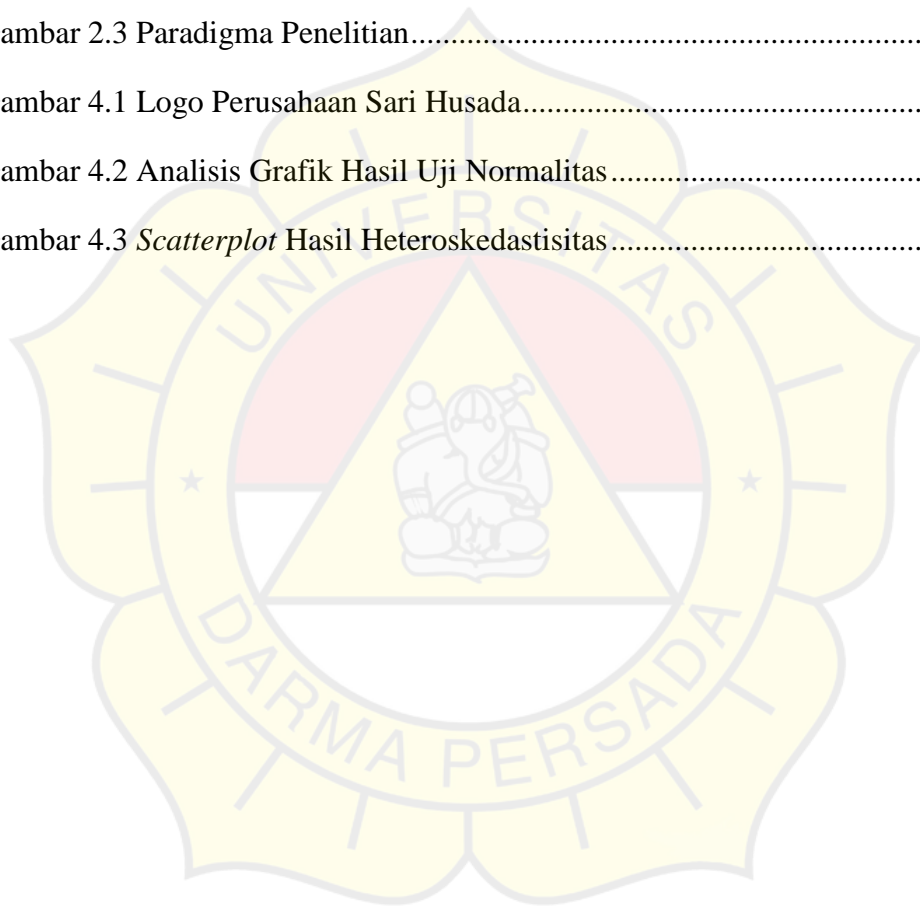
Tabel 1.1 Pra Survey Kualitas Produk	5
Tabel 1.2 Perbandingan Harga	6
Tabel 1.3 Data Penjualan Susu Formula SGM	8
Tabel 1.4 Top Brand Index	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	57
Tabel 3.1 Operasional Variabel	67
Tabel 3.2 Skala Likert	76
Tabel 3.3 Skala Interval	77
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi	84
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan usia	91
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	92
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	93
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili	94
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Berapa Banyak Yang Membeli Susu Formula SGM dalam Satu Bulan Terakhir	95
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Perbulan Susu Formula SGM	95
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Tempat Membeli Susu Formula SGM	96
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Alasan Membeli Susu Formula SGM	97
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 1	98
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 2	99
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 3	100

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 4	100
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 5	101
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 6	102
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 7	103
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 8	104
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 9	105
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 10	106
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 11	107
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 12	108
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 13	109
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 14	110
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 15	111
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 16	112
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 17	113
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 18	114
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 19	115
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 20	116
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 21	117
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 22	118
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 23	119
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 24	120
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 25	121
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 26	122
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 27	123
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 28	124

Tabel 4.38 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 29	125
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 30	126
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 31	127
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 32	128
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 33	129
Tabel 4.43 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 34	130
Tabel 4.44 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 35	131
Tabel 4.45 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 36	132
Tabel 4.46 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	134
Tabel 4.47 Hasil Uji Reliabilitas.....	135
Tabel 4.48 Hasil Uji Multikolinearitas	137
Tabel 4.49 Hasil Uji Autokorelasi	139
Tabel 4.50 Hasil Penelitian.....	140
Tabel 4.51 Hasil Koefisien Determinasi.....	141
Tabel 4.52 Hasil Parameter Uji F.....	142
Tabel 4.53 Hasil Parameter Uji T	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Keputusan Pembelian	54
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Peneliti	62
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian.....	63
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Sari Husada.....	88
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas.....	136
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> Hasil Heteroskedastisitas.....	138



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula SGM.....	154
Lampiran 2 Data Responden	161
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk	170
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Harga	173
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	176
Lampiran 6 Nilai T Tabel	179
Lampiran 7 Nilai F Tabel.....	182
Lampiran 8 R Tabel	185
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Kualiatas Produk	189
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Harga	192
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	193
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas	195
Lampiran 13 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	196
Lampiran 14 Hasil Uji Alat Analisis Data.....	198
Lampiran 15 Hasil Uji Hipotesis	199
Lampiran 16 Bukti Penyebaran Kuesioner	200
Lampiran 17 Catatan Konsultasi Proposal Skripsi	201
Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup	202