

SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, TEMPAT DAN KUALITAS
PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO
(STUDI EMPIRIS PADA PRODUK UNIQLO)

THE EFFECT OF PROMOTION, PRICE PERCEPTION, PLACE AND
PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS
OF UNIQLO PRODUCT
(EMPIRICAL STUDY OF UNIQLO PRODUCT)



Disusun Oleh:

Arif Wibowo

20200410196

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, TEMPAT DAN KUALITAS
PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO
(STUDI EMPIRIS PADA PRODUK UNIQLO)

THE EFFECT OF PROMOTION, PRICE PERCEPTION, PLACE AND
PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS
OF UNIQLO PRODUCT
(EMPIRICAL STUDY OF UNIQLO PRODUCT)



Disusun Oleh:

Arif Wibowo

20200410196

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Arif Wibowo

Nomor Mahasiswa : 2020410196

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “ Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Tempat dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UNIQLO (Studi Empiris Pada Produk UNIQLO)” merupakan karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 23 Juli 2024



(Arif Wibowo)

MOTTO

“Tidak ada kesuksesan melainkan dengan pertolongan Allah”

(QS. Huud: 88)

“Maka sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari semua urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

“Jangan takut gagal, karena tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah”

(Buya Hamka)

“Paksa, Bisa, Biasa”

(Ayah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi. Terima kasih atas doa dan dukungan kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penyelesaian tugas akhir sehingga memperoleh gelar sarjana. Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Teruntuk orang tua tercinta, Ayah (Prasetyo Wibowo) dan Ibu (Titik Kustiyati S.E.) yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi yang sangat berharga bagi kehidupan saya. Terima kasih atas segala kesabaran dan pengorbanan dalam mendidik saya hingga saat ini.
2. Keluarga serta saudara yang telah memberikan dukungan dan doa kepada saya dalam proses pengerjaan tugas akhir skripsi.
3. Sahabat saya selama hiruk pikuk mengerjakan skripsi (Alvin, Sapira, Affiana) juga teman sedari sekolah menengah pertama (pejabat sombong) dan teman perkuliahan saya yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan semangat.
4. Kepada seseorang yang tak kalah penting hadirnya, Putri Divva Savitri, terimakasih telah mendengarkan keluh kesah saya dan menjadi sosok pendamping dan mendukung dalam kesediaan memberi semangat untuk terus maju tanpa kenal kata menyerah dalam segala hal untuk meraih Impian saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan ridho dan rahmatNya serta memberikan kemudahan, kesehatan, dan kesempatan sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Tempat dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UNIQLO(Studi Empiris Pada Produk UNIQLO)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. IPM., ASEAN.Eng. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr Sri Handari W. S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membimbing hingga terselesaikannya skripsi
5. Segenap Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya dari awal perkuliahan hingga akhir, semoga ilmu yang diperoleh dapat bermanfaat dalam kehidupan.
6. Kepada orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa dalam mengiringi penulis menyelesaikan studinya.

7. Semua pihak yang telah memberikan dorongan, bantuan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 23 juli 2024



Arif Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
<i>A. Latar Belakang Penelitian</i>	<i>1</i>
<i>B. Rumusan Masalah</i>	<i>7</i>
<i>C. Tujuan Penelitian</i>	<i>8</i>
<i>D. Manfaat Penelitian</i>	<i>9</i>
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
<i>A. Landasan Teori.....</i>	<i>7</i>
1) Marketing Mix.....	7
2) Promosi.....	9
3) Persepsi Harga.....	13
4) Tempat	15
5) Kualitas Produk	18
6) Keputusan Pembelian	20
<i>B. Penelitian Terdahulu.....</i>	<i>24</i>
<i>C. Pengembangan Hipotesis</i>	<i>32</i>
<i>D. Model Penelitian</i>	<i>36</i>
BAB III METODE PENELITIAN	38
<i>A. Pendekatan Penelitian</i>	<i>38</i>
<i>B. Objek dan Subjek Penelitian.....</i>	<i>38</i>
<i>C. Jenis Data</i>	<i>39</i>
<i>D. Teknik Pengambilan Sampel</i>	<i>39</i>
<i>E. Teknik Pengumpulan Data.....</i>	<i>40</i>

<i>F. Definisi Operasional Variabel Penelitian</i>	41
<i>G. Uji Kualitas Instrumen</i>	42
<i>H. Analisis Data dan Uji Hipotesis</i>	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
<i>A. Gambaran umum Objek dan Subjek Penelitian</i>	47
<i>B. Hasil Uji Kualitas Instrumen</i>	54
<i>C. Hasil Penelitian (Analisis Data dan Uji Hipotesis)</i>	56
<i>D. Pembahasan</i>	67
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	71
<i>A. Kesimpulan</i>	71
<i>B. Keterbatasan penelitian</i>	72
<i>C. Saran</i>	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Major Global Apparel Manufacturer and Retailer	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Skala Likert	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	41
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 2 Data Rentang Usia Responden	50
Tabel 4. 3 Data Domisili Responden.....	51
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	51
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4. 6 Data Penghasilan Bulanan Responden	53
Tabel 4. 7 Uji Validitas	54
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4. 9 Keterangan Kelas Interval	57
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Promosi.....	58
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	58
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Tempat.....	59
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4. 15 Uji Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji Determinasi R ²	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 PDB Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2 Responden Penelitian.....	87
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden	99
Lampiran 4 Deskriptif Responden Jenis Kelamin.....	110
Lampiran 5 Deskriptif Responden Usia Responden	110
Lampiran 6 Deskriptif Responden Domisili Responden.....	110
Lampiran 7 Deskriptif Responden Jenis Pekerjaan.....	111
Lampiran 8 Deskriptif Responden Pendidikan Terakhir.....	111
Lampiran 9 Deskriptif Responden Penghasilan	112
Lampiran 10 Tabel Validitas	112
Lampiran 11 TABEL REABILITAS	115
Lampiran 12 Tabel Deskriptif Promosi.....	117
Lampiran 13 Tabel Deskriptif Persepsi Harga	117
Lampiran 14 Tabel Deskriptif Tempat.....	118
Lampiran 15 Tabel Deskriptif Kualitas Produk	118
Lampiran 16 Tabel Deskriptif Keputusan Pembelian	119
Lampiran 17 Tabel Regresi Linear Berganda	119
Lampiran 18 Tabel Uji F, R	120
Lampiran 19 Turnitin	121