

**PENGHARUH HARGA PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ACER PADA TOKO  
ARIES ELEKTRONIK KEFAMENANU**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untuk Memenuhi Salah Satu  
Persyaratan Guna Memperoleh Sarjana (S1) Ekonomi.**



**OLEH:**

**MEGIANA OMENU**  
**41180127**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR  
KEFAMENANU**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH HARGA PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ECER PADA TOKO ARIES  
ELEKTRONIK KEFAMENANU**

Diajukan Oleh:

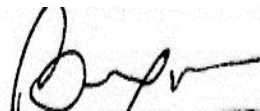


Megiana Omenu

NPM: 41180127

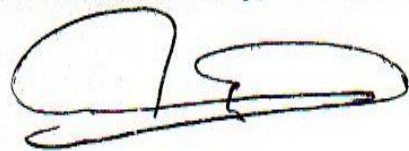
Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I



**BERNO B. MITANG,S.E.,M.M**  
NIP. 19700726200501 1 001

Pembimbing II



**BURHANUDDI,S.E.,M.M**  
NIP.

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

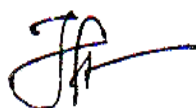


**Elfrida Desiderata Naihati,SE.,MM**  
NIP. 198805232015042002

**HALAMAN PENGESAHAN**

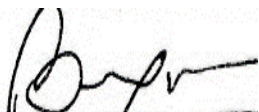
**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ECER PADA TOKO ARIES  
ELEKTRONIK KEFAMENANU**

**PENGUJI UTAMA**



**IMELDA THEIN, SE.MM**  
**NIP.197903212005012001**

**Pembimbing I**



**BERNO B.MITANG,SE.,MM**  
**NIP. 19700726200501 1 001**

**Pembimbing II**



**BURHANUDDI,SE.,MM**  
**NIP.**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Aquidowaris Manek,SE.,M.SA**  
**NIP. 1974032020050011002**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam skripsi dengan judul : “PENGARUH HARGA PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ECER PADA TOKO ARIES ELEKTRONIK KEFAMENANU (studi kasus di toko aries elektronik Kefamenanu )”. Tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang perlu ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diikuti dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh yaitu Serjana Ekonomi (SE) di batalkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO.22 Tahun 2023,pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Kefamenanu, maret 2024



*Megiana Omenu*  
Megiana Omenu

## **MOTTO**

**TIDAK ADA KATA TERLAMBAT UNTUK MENGGAPAI MIMPI  
YANG KITA INGINKAN, BELAJARLAH DARI KESALAHAN,  
BERUSAHA DAN SELALU BERDOA.**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria penyelenggara hidup tumpuan harapan yang selalu mendengar semua curahan hati, penyertaan, kasih dan Kemurahan-Nya
2. Kedua orang tua tercinta: bapak Kaytanus Atolan dan mama Rosina Omenu yang selalu memberikan dukungan, cinta dan kasih baik doa maupun materi.
3. Mama Oliva Amaunut, adik Melki Omenu, Kristo Luti, om Vinsen Omenu, dan Noni yang selalu mendukung penulis.
4. Sahabat-sahabatku tersayang: Agata Klau, Lesti Asaef, Venti Insantuan, Yovita Eli, Avelina Insantuan, suster Elfrida, dan suster Odilia yang selalu mendukung penulis dengan caranya masing-masing.
5. Teman-teman organisasi PMKRI Cab. Kefa (Floren obe, Alan Naisau, Wendo, Deni, Jesi, Igni, Jems, Yati, Engel) yang selalu mendukung, memberikan semangat dan selalu membantu penulis dengan caranya masing-masing.
6. Orang-orang dengan caranya masing-masing telah mendukung saya sampai saat ini.
7. Teman-teman manajemen kelas C 2018
8. Keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
9. Almamater tercinta Universitas Timor, tempat penulis menuntut ilmu.

## ABSTRAK

**Megiana Omenu 41180127** : Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer pada Toko Aries Elektronik Kefamenanu (studi kasus pada toko Aries Elektronik Kefamenanu). Dibawah bimbingan bapak Berno B. Mitang,SE.,M.M selaku pembimbing I dan bapak Burhanuddi,SE.,MM selaku pembimbing II. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: “apakah terdapat pengaruh harga (X1), promosi (X2), kualitas produk (X3) terhadap Keputusan pembelian (Y) laptop acer pada toko aries elektronik kefamenanu? Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah : untuk mengetahui pengaruh variable harga (X1), Promosi (X2), kuaalitas produk (X3) terhadap Keputusan pembelian (Y) laptop acer pada toko aries elektronik kefamenanu secara parsial dan simultan. Data yang digunakan penelitian ini adalah : data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang dibagikan kepada 60 orang responden pada toko aries elektronik kefamenanu, dan data sekunder yang diperoleh dari toko aries elektronik kefamenanu tentang harga dan ukuran laptop acer serta biaya promosi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Hasil analisis regresi linear sederhana antara variabel harga (X1) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer adalah :  $Y = 11.733 + 3,084 X_1 + \epsilon_i$ . Besarnya nilai koefisien korelasi (R) variabel harga (X1) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer sebesar 0,480 yang artinya bahwa hubungan antara variabel harga ( X1) dengan Keputusan pembelian (Y) **cukup kuat**. Tingkat signifikansi (0,007) lebih kecil dari alfa (0,05) maka ada pengaruh signifikan antara variabel harga (X1) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer pada toko aries elektronik Kefamenanu. Hasil analisis regresi linear sederhana antara variabel promosi (X2) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer adalah :  $Y = 8,717 + 0,317 X_2 + \epsilon_i$ . Besarnya nilai koefisien korelasi (R) variabel promosi (X2) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer sebesar 0,317 yang artinya bahwa hubungan antara variabel promosi ( X2) dengan Keputusan pembelian (Y) **cukup** . Tingkat signifikansi (0,007) lebih kecil dari alfa (0,05) maka ada pengaruh signifikan antara variabel harga (X2) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer pada toko aries elektronik Kefamenanu. Hasil analisis regresi linear sederhana antara variabel kualitas produk (X3) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer adalah :  $Y = 14,302 + 0,112 X_3 + \epsilon_i$ . esarnya nilai koefisien korelasi (R) variabel promosi (X3) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer sebesar 0,615 yang artinya bahwa hubungan antara variabel promosi ( X3) dengan Keputusan pembelian (Y) **kuat**. Tingkat signifikansi (0,000) lebih kecil dari alfa (0,05) maka ada pengaruh signifikan antara variabel harga (X3) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer pada toko aries elektronik Kefamenanu. Hasil analisis regresi linear berganda antara variabel harga (X1), promosi (X2) kualitas produk (X3) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer adalah :  $Y = 0,367 + 0,306 X_1 + 0,546 X_2 + 0,263 + \epsilon_i$ . Besarnya nilai koefisien korelasi (R) variabel harga (X1) promosi (X2) kualitas produk (X3) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) laptop acer sebesar 0,936 yang artinya bahwa hubungan antara variabel harga (X1) promosi (X2) kualitas produk ( X3) dengan Keputusan pembelian (Y) **sangat kuat**.

**Kata kunci : Harga(X1), Promosi (X2) dan Kualitas produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul **“Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada Toko Aries Elektronik Kefamenanu”**.

Dalam proses skripsi ini penulis mendapatkan bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Berno B. Mitang,SE.,MM selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan petunjuk kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Burhanuddi,SE.,MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Ibu Elfrida Desiderata Naihati,SE.,MM selaku ketua program studi ekonomi manajemen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
4. Bapak Ibu dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan telah membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak atau ibu tenaga administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis telah membantu penulis melancarkan semua administrasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Orang Tua yang selalu mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuang angkatan 2018 yang memberikan dukungan dan masukan kepada penulis.



Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca. Penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Kefamenanu, januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Megiana Omenu', with a stylized flourish at the end.

Megiana Omenu

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan .....	7
1.3.2 Kegunaan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Pemasaran .....	9
2.2 Keputusan Pembelian .....	10
2.3 Harga .....	16
2.4 Promosi .....	21
2.5 Kualitas Produk .....	25
2.6 Hipotesis dan Pengembangan .....	33
2.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	34

2.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.6.4 Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.7 Kerangka Berpikir .....	37
2.8 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Tempat Penelitian .....	41
3.2 Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1 Populasi .....	41
3.2.2 Sampel .....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	42
3.3.1 Jenis Data .....	42
3.3.2 Sumber Data .....	42
3.4 Variabel Penelitian .....	43
3.4.1 Variabel Bebas .....	43
3.4.2 Variabel Terikat.....	43
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.5.1 Wawancara .....	44
3.5.2 Kuesioner (Angket) .....	44
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	45
3.6.1 Uji Normalitas .....	47
3.6.2 Uji Multikolinieritas .....	47
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	47
3.6.4 Uji Linearitas .....	49
3.7 Teknik Analisis Data .....	50
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	50
3.7.2 Analisis Statistik Iferensial.....	51
3.8 Pengujian Hipotesis .....	54
3.8.1 Koefisien Regresi .....	52

3.8.2 Koefisien Determinan .....	52
3.9 Pengujian Hipotesis .....	54
3.9.1 Uji Parsial (Uji t) .....	54
3.9.1 Uji Simultan (Uji F) .....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum .....	57
4.2. Identitas Perusahaan .....	57
4.3. Struktur Organisasi .....	57
4.2. Deskripsi Identitas Responden .....	60
4.2.1 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	60
4.2.2. Karakteristik Responden menurut Umur .....	61
4.2.3. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	62
4.3. Uji Instrumen .....	63
4.3.1. Uji Validasi .....	63
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	65
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	66
4.4.1. Uji Normalitas.....	67
4.4.2. Uji Multikolinearitas .....	69
4.4.3. Uji Autokorelasi.....	70
4.4.4 Uji Heterokedastisitas.....	71
4.4.5. Uji Linearitas.....	73
4.5. Hasil Analisis Deskriptif .....	77
4.5.1 Analisis Deskriptif.....	77
4.5.2. Hasil Analisis Infrensial.....	84.
4.6. Koefisien Determinasi .....	97
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian.....	98
4.7.1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y).....	98
4.7.2. Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	100
4.7.3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan pembelian (Y).....	102

4.7.4. Pengaruh Harga (X1), Promosi (X2), Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan pembelian (Y).....	103.
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	105
5.1. Kesimpulan.....	105
5.2. Saran.....	107

**DAFTARPUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Ukuran dan Harga Jual Laptop Acer .....	3
Tabel 1.2 Data promosi dan biaya promosi .....	5
Tabel 2.1. Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden menurut jenis kelamin .....	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden menurut umur .....	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden menurut Pekerjaan .....	62
Tabel 4.4 Validitas data.....	64
Tabel 4.5 Reliabilitas data .....	65
Tabel 4.6 Hasil uji Multikolinearitas .....	70
Tabel 4.7 Hasil uji Autokorelasi .....	71
Tabel 4.8 Uji heteroskedastisitas.....	72
Tabel 4.9 Anova Tabel Analisis pengaruh harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	74
Tabel 4.10 Anova tabel Analisis pengaruh promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) .....	75
Tabel 4.11 Anova Tabel Analisis Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan pembelian(Y) .....	76

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Skema Kerangka Berpikir.....	38
4.1 Uji Normalitas.....	69
4.2. Uji Heterokedastisitas.....	73

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1. Karakteristik responden menurut jenis Kelamin.....	60
Grafik 4.2 Karakteristik responden menurut umur .....	61
Grafik 4.3 Karakteristik responden menurut pekerjaan.....	62
Grafik 4.4 .Rekapitulasi jawaban responden variabel harga (X1).....	77
Grafik 4.5 Rekapitulasi jawaban responden variabel promosi (X2).....	79
Grafik 4.6 Rekapitulasi jawaban responden variabel kualitas produk (X3).....	81
Grafik 4.7 Rekapitulasi jawaban responden variabel keputusan pembelian (Y).....	83

## LAMPIRAN