



**PENGARUH HARGA, KUALITAS DAN PROMOSI PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB MEREK ELZATTA  
( STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO CEMPAKA DI PATI)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Oleh:

LATIFATUS SARIROH

2012-11-133

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2016**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS DAN PROMOSI PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB MEREK ELZATTA  
( STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO CEMPAKA DI PATI)**

Skripsi ini telah di setujui dan dipertahankan di hadapan

Tim Pengudi Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi

Universitas Muria Kudus

Kudus, Agustus 2016

Mengetahui,  
Ketua Pogram Studi Manajemen

Pembimbing I

Noor Aziz, SE, MM  
NIDN. 0609107500

Drs. H. M. Masruri, MM  
NIDN. 0601085601

Mengetahui,  
Dekan

Pembimbing II



Dr. H. Mohammad Edris, Drs, MM  
NIDN. 0618066201

Noor Aziz, SE, MM  
NIDN. 0609107500

## MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum, sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.

(Al-Qur'an, Surat Ar-Ra'du:11)

Jika kamu bersungguh – sungguh, maka kesungguhan itu untuk kebaikanmu sendiri

(QS. Al-Ankabut: 6)

Orang yang sulit untuk mengucapkan terima kasih adalah orang yang sesat

(penulis)

### ***Persembahan :***

1. *Bapak Ibu yang tercinta sebagai tanda rasa kasih sayang dan hormatku.*

2. *Adikku tersayang yang selalu menyemangati dan mengingatkanku.*

3. *Teman temanku seperjuangan Ekm Extion (Ekonomi Manajemen Parallel) Angkatan 2012 Universitas Muria Kudus.*

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur bagi Allah SWT yang menguasai seluruh alam atas karunia dan rahmat-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Merek Elzatta (Studi kasus pada pelanggan toko Cempaka di Pati) dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai bahan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk mencapai Sarjana Ekonomi Manajemen Pemasaran Universitas Muria Kudus. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini:

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Noor Aziz, SE, MM, selaku Ketua Progdi Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus dan juga sebagai dosen pembimbing II dalam penyusunan skripsi yang penuh kesabaran dan ketekunan dalam memberi dorongan, bimbingan, dan pengarahan serta saran-saran dalam pembuatan skripsi hingga selesai.
3. Drs. H. M. Masruri, MM, selaku dosen pembimbing I yang penuh kesabaran dan ketekunan dalam memberi dorongan, bimbingan, dan pengarahan serta saran-saran dalam pembuatan skripsi hingga selesai.
4. Para dosen Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.

5. Bapak, Ibu, Adikku dan keluargaku yang telah membantu mendoakan dan memberi semangat hingga terselesainya pembuatan skripsi ini.
6. Teman-taman dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa jurusan ekonomi manajemen pemasaran khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kudus, Agustus 2016

Penulis,

Latifatus Sariroh  
NIM. 2012-11-133

**PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN PROMOSI PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB MERK ELZATTA  
( STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO CEMPAKA DI PATI )**

**LATIFATUS SARIROH  
NIM : 2012-11-133**

**Dosen Pembimbing : 1. Drs. H. Masruri, MM.  
2. Noor Aziz, SE, MM.**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi produk terhadap keputusan pembelian Jilbab Merek Elzatta pada Pelanggan toko Cempaka dipati. Jenis data yang digunakan peneliti adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengolahan data melalui *tabulating, editing, scoring*, dan proses input data ke komputer. Uji instrumen data dilakukan sengan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi uji t (uji parsial), uji F (uji berganda), dan analisis koefisien determinasi (*adjusted R square*).

Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai regresi 0,269 dengan t hitung 3,522 lebih besar dari t tabel (1,984). Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai regresi 0,314 dengan t hitung 4,101 lebih besar dari t tabel (1,984). Promosi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai regresi 0,219 dengan t hitung 2,935 lebih besar dari t tabel (1,984). Harga, kualitas produk dan promosi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi F hitung sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05

**Kata Kunci : harga, kualitas produk, promosi produk dan keputusan pembelian.**

**THE INFLUENCE OF PRICE, QUALITY, AND PRODUCT PROMOTION  
AGAINST ELZATTA JILBAB BRAND PURCHASE DECISION  
(CASE STUDY ON CUSTOMER STORE CEMPAKA IN PATI)**

**LATIFATUS SARIROH**  
**NIM : 2012-11-133**

**SUSPENSIOR: 1. Drs. H. M. Masruri, MM.  
2. Noor Aziz, SE, MM.**

**UNIVERSITY MURIA KUDUS  
ECONOMICS STUDIES FACULTY OF MANAGEMENT**

**ABSTRACT**

*This research aims to know the influence of price, product quality, and product promotion purchase decision against Hijab Elzatta Brand on Customer store Cempaka dipati. Types of data used researchers are the primary and secondary data. Method of data collection using the questionnaire, the sample in this research totalled 100 respondents. Data processing through the tabulating, editing, scoring, and the process of data input to the computer. Instrument test data done test validity and breathtaking test reliability. Data analysis using regression analysis t test (test of partial), F-test (test double), and analysis of the coefficient of determination (adjusted R square).*

*Influential price significantly to purchasing decisions. This is apparent from the value count 0,269 regression with t 3,522 greater than t table (1,984), influential product quality significantly to purchasing decisions. This is apparent from the regression 0,314 value t calculate 4,101 with greater than t table (1,984), influential product promotion significantly to purchasing decisions. This is apparent from the regression 0,219 value t calculate 2,935 with greater than t table (1,984), price, product quality, and product promotion effect significantly to purchasing decisions. This is apparent from the value significance F count of 0.000 of less than 0.05.*

**Keywords:** *price, quality of product, product promotion and, purchase decisions.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Harga.....	8
2.2 Kualitas Produk.....	12
2.3 Promosi .....	15
2.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.5 Penelitian Terdahulu .....	22
2.6 Kerangka Pemikiran.....	25

2.7	Hipotesis.....	26
BAB III	METODE PENELITIAN .....	27
3.1	Rancangan Penelitian .....	27
3.2	Variabel Penelitian .....	27
3.3	Jenis Sumber Data.....	30
3.4	Populasi dan Sampel .....	31
3.5	Pengumpulan Data .....	32
3.6	Uji Instrumen .....	33
3.7	Pengolahan Data.....	35
3.8	Analisis Data .....	36
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	39
4.2	Penyajian Data .....	39
4.3	Analisis Data .....	46
4.4	Pembahasan.....	52
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	57
5.1	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran.....	58

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Daftar Harga Jilbab Elzatta .....	4
3.1 Hasil Pengujian Validitas .....	33
3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	34
4.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.2 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan .....	41
4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
4.4 Tanggapan Responden Tentang Harga .....	42
4.5 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk .....	43
4.6 Tanggapan Responden Tentang Promosi Produk .....	44
4.7 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian .....	45
4.8 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	48
4.10 Hasil Analisis Parsial .....	49
4.11 Hasil Pengujian Berganda .....	51
4.12 Nilai Adjusted R Square.....	52

## **DAFTAR GAMBAR**

Halaman

2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	25
---------------------------------------	----

