

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI**

**HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Penelitian pada Pelanggan Susu Nutrilon Toserba Surya)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu Syarat Dalam Menempuh Gelar Sarjana  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan



Disusun oleh :

**Hana Margiani**  
**20200510345**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI**  
**HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Penelitian pada Pelanggan Susu Nutrilon Toserba Surya)**

Disusun Oleh :

**Hana Margiani**

**20200510345**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

**Susunan Dewan Penguji**

**Penguji I,**



**Dr. H. Iskandar., M.M**  
NIP. 196205081987031003

**Penguji II,**



**Dr. Rina Masrurah, SE., ME., Sy.**  
NIK. 41038091296

**Penguji III,**



**Dr. Novi Satria Praja, SE, M.Pd**  
NIK. 41038072262

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI**  
**HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Penelitian pada Pelanggan Susu Nutrilon Toserba Surya)

Disusun Oleh

**Hana Margiani**

**20200510345**

Skripsi ini telah disidangkan pada tanggal 21 Juni 2024

Disetujui Oleh Pembimbing :

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
**Dr. H. Iskandar., M.M**  
**NIP. 196205081987031003**


  
**Yasir Maulana, S.E., M.S.M**  
**NIK. 410109810237**

***Mengetahui***

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,

  
  
**Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.**  
**NIK. 41038971054**

  
**Dr. Rina Masruroh, SE., ME. Sy.**  
**NIK. 41038091296**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja Lelah-lelah itu.  
Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan akan  
menjadikan serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu lancer.  
Tapi gelombang-gelombang itu yang akan kau ceritakan”

(Boy Candra)

Hatiku tenang mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan  
pernah menjadi takdirku, dan apa yang di takdirkan untukmu tidak akan  
pernah melewatkanmu.

-Umar bin Khattab-

### **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahirobbil'alamin, sembah sujud syukur kepada Allah  
SWT atas segala kenikmatan, kasih sayang, memberikan kekuatan,  
membekali dengan ilmu serta memperkenalkan dengan cinta. Atas karunia  
serta kemudahan yang telah Engkau berikan kepada hamba, akhirnya  
Skripsi ini dapat terselesaikan.

## *PERNYATAAN OTENTISITAS*

Bismillaahirrahmaanirrahim,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, nama **Hana Margiani**. NIM **20200510345** menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian pada Pelanggan Susu Nutrilon Toserba Surya)**" beserta isinya adalah benar karya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang di jatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari di temukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau adanya klaim terhadap keaslian karya ini.

*Kuningan, Mei 2024*

*Yang membuat pernyataan,*



**Hana Margiani.**  
**NIM 20200510345**

## ABSTRAK

**Hana Margiani. NIM 20200510345. Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian pada Pelanggan Susu Nutrilon Toserba Surya). Skripsi. Universitas Kuningan. Pembimbing I. Dr. H. Iskandar.,M.M. Pembimbing II : Yasir Maulana, S.E., M.S.M**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana Untuk mengetahui bagaimana pengaruh secara simultan antara kelengkapan produk, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen susu nutrilon Toserba Surya Kuningan. Penelitian menggunakan metoda survey, dengan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel kelengkapan produk ( $X_1$ ), Promosi penjualan ( $X_2$ ) dan persepsi harga ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas, dan keputusan pembelian ( $Y$ ) sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga. Dimana peneliti mengambil sampel dari konsumen Surya yang telah melakukan lebih dari satu kali, dimana sebelum memberi kuesioner peneliti menanyakan terlebih dahulu apakah melakukan pembelian disini sudah lebih dari 1-2 kali dan penelitian dilakukan setiap hari selama satu minggu dimana setiap hari ditetapkan jumlah sampel penelitian sebanyak 10 orang. Jika peneliti hari itu telah memperoleh 10 orang maka selesai tugas mencari sampel penelitian hari itu, kemudian akan dilanjutkan pada hari berikutnya, sampai memperoleh 100 responden. Data dianalisis dengan regresi berganda menggunakan bantuan SPSS 22.0 for Windows. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh bahwa nilai  $F_{\text{penelitian}}$  sebesar  $> F_{\text{tabel}}$ . Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, Terdapat pengaruh pengaruh kelengkapan produk, Promosi penjualan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kelengkapan produk makanan bayi, promosi penjualan, persepsi harga dan keputusan pembelian.

## ABSTRACT

**Hana Margiani. Student ID 20200510345. The Influence of Product Completeness, Promotion, and Price Perception on Purchase Decisions (A Study on Nutrilon Milk Customers at Toserba Surya). Thesis. Universitas Kuningan. Supervisor I: Dr. H. Iskandar, M.M. Supervisor II: Yasir Maulana, S.E., M.S.M.**

*The purpose of this study was to analyze the extent to which product completeness, promotion, and price perception simultaneously influenced the purchasing decisions of Nutrilon milk consumers at Toserba Surya Kuningan. The research used a survey method with a quantitative descriptive analysis approach. The variables in this study were product completeness (X1), sales promotion (X2), and price perception (X3) as independent variables, and purchasing decision (Y) as the dependent variable. The population in this study was infinite. The researcher took samples from Surya customers who had made purchases more than once. Before administering the questionnaire, the researcher first inquired whether the respondents had made purchases at the store more than 1-2 times. The study was conducted daily for one week, with a daily sample size of 10 people. Once the researcher obtained 10 respondents in a day, the sampling for that day was concluded and resumed the next day until 100 respondents were reached. The data was analyzed using multiple regression with the assistance of SPSS 22.0 for Windows. Based on the data analysis results, the F-value obtained from the study was greater than the F-table value. Thus, H0 was rejected and H1 was accepted. This indicated that product completeness, sales promotion, and price perception significantly influenced purchasing decisions.*

*Keywords: baby food product completeness, sales promotion, price perception, and purchasing decision.*



## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **“PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Penelitian pada Pelanggan Susu Nutrilon Toserba Surya)”** Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat sebagai akibat dari pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan selanjutnya.

Kuningan, Mei 2024

Penulis

**Hana Margiani**



## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirobil'alamim, dari awal proses hingga pada tahap akhir penyusunan skripsi ini, penulisan mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, semangat, dan Disiplin kerja dari berbagai pihak yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karna itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- 1 Bapak. Dr. H. Iskandar, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
- 2 Bapak Yasir Maulana, S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing II yang sudah meluangkan waktu dalam membimbing penulis.
- 3 Bapak Dr. H. Dikdik, M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan
- 4 Ibu Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy selaku Pembimbing Akademik.
- 5 Ibu Dr. Hj. Lili Karmelia F., SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi danBisnis Universitas Kuningan.
- 6 Ibu Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy selaku Kepala Program Studi ManajemenUniversitas Kuningan.
- 7 Kepada kedua Orang tua penulis tersayang, Bapak Yadi Irayadi dan Ibu Dewi Utari yang telah memberikan doa dan dukungan dari segi moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 8 Pihak Toserba Surya Kuningan yang telah menerima penulis untuk melakukan observasi dan bersedia membantu dalam melakukan proses pengumpulan data.

- 9 Alfian Muhajir Al-Muharomi sebagai kekasih hati saya, terimakasih selalu mensupport dan menasehati dikala saya merasa lelah dan ingin menyerah dalam pengerjaan skripsi ini.
- 10 Awalia Rahmah, Anggitya Dea Eksanty, dan Putri Indah Lestari sebagai teman terdekat saya, terimakasih selalu mengajari dan memberi masukan ketika saya kebingungan dalam mengerjakan skripsi ini.
- 11 Serta semua pihak yang telah membantu dalam melaksanakan penelitian yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis mengharapkan proposal ini dapat memberikan manfaat, dan semoga Allah SWT memberikan perlindungan bagi kita semua.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.3 Keputusan Pembelian Konsumen.....	10
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen.....	10
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3.3 Indikator-Indikator Keputusan Pembelian Konsumen .....	14
2.1.4 Kelengkapan produk .....	14
2.1.4.1 Pengertian produk .....	14
2.1.4.2 Klasifikasi Produk.....	16
2.1.4.3 Kelengkapan produk .....	18
2.1.4.4 Faktor yang mempengaruhi kelengkapan produk.....	19
2.1.4.5 Dimensi Kelengkapan Produk .....	19

2.1.4.6 Indikator Kelengkapan produk .....	20
2.1.5 Promosi .....	21
2.1.5.1 Pengertian Promosi penjualan. ....	21
2.1.5.2 Bauran Promosi penjualan. ....	22
2.1.5.3 Sarana Promosi penjualan.....	23
2.1.5.4 Tujuan Promosi penjualan .....	24
2.1.5.5 Faktor yang mempengaruhi .....	25
2.1.5.6 Indikator Promosi Penjualan.....	26
2.1.6 Persepsi harga .....	27
2.1.6.1 Pengertian Persepsi harga .....	27
2.1.6.2 Tujuan dan Strategi Penetapan .....	29
2.1.6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi harga.....	31
2.1.6.4 Indikator Persepsi harga.....	31
2.2 Hasil Penelitian terdahulu.....	32
2.3 Hubungan antar variabel.....	37
2.4 Kerangka Pemikiran .....	39
2.5 Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Metode Penelitian .....	43
3.2 Operasional Variabel .....	43
3.3 Populasi dan Sampel .....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.5 Pengujian Instrumen .....	47
3.6 Tehnik anáalisis data .....	40
3.7 Analisi Regresi. ....	54
3.8 Uji Hipotesis .....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Sejarah perusahaan .....	60
4.1.2 Karakteristik responden.....	61
4.1.3 Gambaran Variabel Penelitian .....	63
4.1.4 Uji Asumsi Klasik .....	74

4.1.5 Analisis Statistik.....	73
4.1.6 Analisis Regresi.....	76
4.1.7 Uji Hipotesis.....	79
4.2 Pembahasan .....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran-saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel	
Tabel 1.1 Data Penjualan Makanan.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2 Validitas Kelengkapan produk.....	36
Tabel 3.3 Validitas Promosi penjualan .....	36
Tabel 3.4 Validitas Keputusan pembelian .....	37
Tabel 3.5 realibilitas Kelengkapan produk .....	39
Tabel 3.6 Pengembangan Promosi penjualan .....	39
Tabel 3.7 realibilitas keputusan pembelian .....	40

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data Penjualan.....	1
Gambar 2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	19
Gambar 2.2 Proses pengambilan keputusan pembelian.....	20
Gambar 2.3 Kerangka penelitian .....	29
Gambar 3.1 Skala Pengisian Kuesioner.....	37
Gambar 4.1 Gambar interval Perdimensi Variabel Keputusan pembelian .....	70
Gambar 4.2 Gambar interval Perdimensi Variabel Kelengkapan produk.....	73
Gambar 4.3 Gambar interval Perdimensi Variabel Promosi p.....	75