

Nomor Daftar: 27/S/KWU/27/VIII/2025

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA UMK GILBY KIDS DI KOTA TASIKMALAYA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Oleh:

Seni Pitriani

2106548

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
KAMPUS TASIKMALAYA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA UMK GILBY KIDS DI KOTA TASIKMALAYA**

Oleh:

Seni Pitriani

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Bisnis pada Fakultas Kampus Daerah Tasikmalaya

© Seni Pitriani

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMK GILBY KIDS

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. Dede Kurnia, S.Pd., M.Pd

NIP 920250419940318101

Dosen Pembimbing II



Nizza Nadya Rachmani, S.Hut., M.M.

NIP 920200419920802201

Mengetahui

Ketua Program Studi Kewirausahaan



Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd.

NIP 920171219910820201

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMK Gilby Kids di Kota Tasikmalaya. Latar belakang penelitian didasarkan pada penurunan penjualan yang dialami UMK Gilby Kids di Kota Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Sampel terdiri dari 266 responden yang merupakan konsumen Gilby Kids. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 42,5%, sementara sisanya sebesar 57,5% dipengaruhi faktor lain diluar variabel yang diteliti. Adapun faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian melalui kualitas produk, Lokasi, pendapatan, pelayanan, merek, gaya hidup dan lain-lain.

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Promosi

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion and price on purchasing decisions at Gilby Kids MSEs in Tasikmalaya City. The background of the study is based on the decline in sales experienced by Gilby Kids MSEs in Tasikmalaya City. The research method used is a quantitative method with a descriptive and verification approach. Data collection was carried out through distributing questionnaires. The sample consisted of 266 respondents who were Gilby Kids consumers. Data analysis techniques used were descriptive statistical analysis, classical assumption tests, multiple linear regression tests, t-tests, f-tests, and coefficient of determination tests. The results showed that promotions and prices had a portional effect on purchasing decisions by 42.5%, while the remaining 57.5% was influenced by other factors outside the variables studied. Other factors that can influence purchasing decisions include product quality, location, income, service, brand, lifestyle, and others.

Keywords: Price, Purchasing Decision, Promotion

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Teoritis	5
1.4.2. Manfaat Praktis	5
1.5 Ruang Lingkup	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	6
2.1 Keputusan Pembelian	6
2.1.1 Konsep Keputusan Pembelian	6
2.2 Promosi	9
2.2.2 Definisi Promosi	9
2.2.3 Indikator- indikator Promosi	10
2.3 Harga	11
2.4 Penelitian Terdahulu	13
2.5 Kerangka Pemikiran	16
2.4 Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Objek Penelitian	20
3.2.1 Metode Penelitian	20
3.2.2 Desain Penelitian	21
3.3 Operasional Variabel	23

3.4 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data	25
3.4.1 Sumber Data.....	25
3.4.2 Alat Pengumpulan Data.....	25
3.5 Populasi dan Sampel.....	27
3.5.1 Populasi	27
3.5.2 Sampel.....	27
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.6 Uji Instrumen Penelitian	28
3.6.1 Uji Validitas	28
3.6.2 Uji Reliabilitas	29
3.7. Rencana Analisis Data dan Hipotesis	31
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	31
3.7.3 Uji Hipotesis	33
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Profil Singkat Organisasi	35
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	36
4.2.1 Gambaran Umum Variabel Promosi	36
4.2.2 Gambaran Umum Variabel Harga.....	39
4.2.3 Gambaran Umum Variabel Keputusan Pembelian.....	42
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	46
4.4 Hasil Uji Hipotesis	50
4.5 Pembahasan	53
4.5.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.5.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	54
BAB V	58
Kesimpulan, Implikasi dan Saran.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Implikasi	58
5.3 Saran	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	24
Tabel 3. 2 Skala Likert	26
Tabel 4. 1 Kriteria Kategorisasi Variabel Promosi	36
Tabel 4. 2 Kategori Variabel Promosi.....	36
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden pada Variabel Promosi.....	37
Tabel 4. 4 Tingkat Variabel menurut Indikator.....	38
Tabel 4. 5 Kriteria Kategorisasi Variabel Harga.....	39
Tabel 4. 6 Kategori Variabel Harga	40
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Responden.....	40
Tabel 4. 8 Tingkat Variabel menurut Indikator.....	41
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Responden.....	42
Tabel 4. 16 Kategori Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 4. 11 Tabel Distribusi Responden	43
Tabel 4. 12 Tingkat Variabel menurut Indikator.....	44
Tabel 4. 13 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linieritas X1 terhadap Y	50
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linieritas X2 terhadap Y	50
Tabel 4. 18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4. 19 Hasil Uji T	51
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Gilby Kids	1
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian	18
Gambar 3. 1 Prosedur Penelitian	21
Gambar 4. 1 Logo Gilby Kids	35
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram	47
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Validitas.....	63
Lampiran 2 Hasil Penelitian	82

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., Renwarin, J. M., & Winarso, W. (2024). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian ayam penyet nasi tutug oncom Setu melalui aplikasi Gofood. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), 344–363.
- Adrianto, A. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian smartphone. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 55–61.
- Alma, B. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Anita, S. Y., Amiruddin, E. E., EDT, R. W., Wiratmo, L. B., Mustafa, F., Khairo, F., ... & Abdillah, F. (2023). *Perilaku konsumen*. CV Intelektual Manifes Media.
- Anwar, M. (2024). *Pengantar kewirausahaan: Teori dan aplikasi*. Prenadamedia Group.
- Azwar, S. (2012). Penyusunan skala psikologi (Edisi ke-2). Pustaka Pelajar
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih metode penelitian yang tepat: Bagi penelitian bidang ilmu manajemen. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 5(1), 287–292.
- Firmansyah, F., Haryanto, M. M., & DR, R. (2019). *Manajemen kualitas jasa: Peningkatan kepuasan & loyalitas pelanggan*.
- Fernando, S., & Simbolon, R. (2022). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk Unilever. *Jurnal Ekonomis*, 15(1c).
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi dan pengaruhnya terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Aktual*, 16(1), 21–30.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Halim, J. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian susu sapi segar murni siap minum dalam kemasan merek Serambi Milk di Padang Panjang.
- Hartono, M. (Ed.). (2018). *Metoda pengumpulan dan teknik analisis data*. Penerbit Andi.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102.
- Hilmi, R. Z., Hurriyati, R., & Lisnawati, L. (2018). Pengaruh lifestyle terhadap keputusan pembelian produk clothing line (Survei pada konsumen clothing line Famo di Kota Bandung). *Journal of Business Management Education*, 3(2), 91–102.
- Ismanto, & Pebruary. (2021). *Aplikasi SPSS dan Eviews dalam Analisis Data Penelitian (Pertama)*. DEEPUBLISH. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id>
- Iswanti, P., & Sari, C. D. P. (2023). Analisis pricing global dalam pemasaran internasional: Strategi dan faktor penetapan harga. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(4).
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th global ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management* (6th ed.). Pearson Education Limited.
- Laoli, N. N., Laia, O., Zalukhu, Y., & Kakisina, S. M. (2024). The effect of promotion and price on consumer purchase decisions. *Golden Ratio of Data in Summary*, 4(2), 630–640.
- Larasati, I. P. (2022). *Pengaruh kualitas produk Caluellathelabel terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee* (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.
- Lumbantobing, E. P. (2024). *Pengaruh promosi terhadap perilaku konsumen pada Koperasi Serba Usaha Raptama Jaya Desa Ronggurnihuta* (Doctoral dissertation, Universitas Quality).
- Meilda, Y., Hamdani, I., & Triwoelandari, R. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 274–290.
- Meto, B. W., Ranga, Y. D., & Meylano, N. H. (2024). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Suzuki Ertiga di Kota Kupang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 55–68.*
- Munarsih, M., & Azzahra, A. A. (2024). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Terapot Home di Bojongsari Kota Depok Jawa Barat. *AMANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*.
- Nur, A., & Arnu, A. P. (2021). Pengaruh promosi dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 23(3), 383–390.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk Soyjoy PT Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150–160.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Alfabeta.
- Rosida, R., & Haryanti, I. (2020). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research*, 1(2), 150–160.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sejati, B. S. A., & Yahya, Y. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3).
- Setyawan, I. D. A. (2017). Modul praktikum #3: Uji normalitas data. Politeknik Kesehatan Kemenkes Surakarta.

- Silaban, B. E., Rosdiana, D., Nusantara, I. B., & Silaban, B. E. (2020). Pengaruh kualitas layanan, harga dan promosi terhadap proses keputusan pembelian pada online shop Sociolla. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 202–224.
- Sirajuddin, R. S. B., Senathirajah, A. R. S., Haque, R., & Isa, A. M. M. (2023). Marketing mix influence on consumer buying behavior: A case study on the cosmetics industry. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), 39. <https://doi.org/10.37956/ijpbm.v8i5.39>
- Sjahruddin, H., & Akbar, S. (2020). Dampak promosi, harga, dan diferensiasi produk dalam meningkatkan keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 10(2), 172–179.
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen pemasaran*.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh promosi media online terhadap keputusan pembelian produk hijab. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41–54.
- Supriadi, E., Firmansyah, R., & Hidayat, A. (2023). The impact of price and promotion on the consumer's buying behavior in the metropolitan region of Bandung. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 16(1), 119–128.
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 134–140.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, penelitian*. Andi.
- Wahyuni, S., & Ginting, M. (2017). The impact of product quality, price and distribution on purchasing decision on the Astra motor products in Jakarta. *Arthatama: Journal of Business Management and Accounting*, 1(1), 18–26.
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji persyaratan analisis. In *Analisis standar pelayanan minimal pada instalasi rawat jalan di RSUD Kota Semarang*.
- Yulianto, E. (2017). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian (Survei pada pembeli Daihatsu Xenia periode Januari–Desember 2014 pada PT Daihatsu Jolo Abadi Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). Pengaruh celebrity endorser, electronic word of mouth, dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen kosmetik Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 965–973.
- Zainudin, A., & Ardiansyah, M. N. (2023). Strategi promosi melalui TikTok Shop dalam meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial dan Manajemen*, 4(1), 60–66. <https://doi.org/10.32493/jism.v4i1.38017>
- Zainullah, V. C. (2019). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk Kopi Koplakan. *Performa*, 4(4), 538–549.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123–136