

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LOGAM MULIA PADA  
PT PEGADAIAN CABANG KARAWANG**

**SKRIPSI**

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici

Oleh:

**SITI NURAENI**  
**NIM: 241.19.07295**



**JURUSAN MANAJEMEN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**  
**DEPOK**  
**2023**



JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LOGAM MULIA PADA  
PT PEGADAIAN CABANG KARAWANG**

Oleh:

Nama : SITI NURAENI  
NIM : 241.19.07295  
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 16 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen

Ricky Rizkie, SE, MM

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LOGAM MULIA PADA  
PT PEGADAIAN CABANG KARAWANG**

Oleh:

Nama : SITI NURAENI  
NIM : 241.19.07295  
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 16 Agustus 2023  
Waktu : 10.15 – 11.30 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Rubiah Fitriyanti, SKM, MM (.....)

Anggota : Aldi Friyatna Dira, SE, MM (.....)

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SITI NURAENI  
NIM : 241.19.07295  
Jurusan : Manajemen  
Nomor KTP : 3201084702010001  
Alamat : Kp. Landeuh, RT/RW 002/001, Desa Cikutamahi,  
Kecamatan Cariu, Kabupaten Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada PT Pegadaian Cabang Karawang ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri bukan merupakan hasil karya tulis orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royati Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan, atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicoret gelar keserjanaan saya apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 16 Agustus 2023

SITI NURAENI

## ABSTRAK

**SITI NURAENI. NIM 241.11.907295. Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada PT Pegadaian Cabang Karawang.**

---

Persaingan dibidang usaha saat ini terbilang sangat ketat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk yang sama. Adapun permasalahan yang dihadapi PT Pegadaian Cabang Karawang yaitu seperti tidak mempunyai sasaran pasar yang spesifik, program diskon harga setiap tahun dalam jumlah besar namun sebenarnya tidak sesuai dengan kenyataan, harga yang diterapkan perusahaan cenderung lebih mahal, dan kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Pembelian Logam Mulia Pada PT Pegadaian Cabang Karawang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan *purposive sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 59 responden, dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 74,4% faktor-fakto keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh produk, harga dan promosi sedagkan sisanya 25,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukan bahwa secara simultan variabel produk, harga dan promosi secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan analisis yaitu nilai  $F_{hitung} (57,200) > F_{tabel} (3,16)$ . Hasil uji t menunjukan bahwa variabel produk menunjukan hasil analisis  $t_{hitung} (0,516)$ , variabel harga menunjukan hasil  $t_{hitung} (1,800)$  dimana  $t_{tabel} (2,004)$  maka secara parsial produk dan harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian logam mulia pada PT Pegadaian Cabang Karawang. Adapun variabel promosi menunjukan hasil  $t_{hitung} (5,635)$  dimana  $t_{tabel} (2,004)$  maka secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian logam mulia pada PT Pegadaian Cabang Karawang.

**Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

**SITI NURAENI. NIM 241.11.907295. *The Effect of Price, Product and Promotion on Precious Metal Purchasing Decisions at PT Pegadaian Cabang Karawang.***

---

Companies in the field of trade is currently very tight, even from the increasing number of companies that produce the same product. The problems faced by PT Pegadaian Cabang Karawang are such as not having a specific target market, a large number of annual price discount programs but actually not in accordance with reality, prices applied by companies tend to be more expensive, and lack of promotions carried out by companies.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product, price and promotion on the purchase of precious metals at PT Pegadaian Cabang Karawang. The type of research used is explanatory research with the research method of collecting data using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. The sample selection was carried out by purposive sampling. The sample is a 59 respondents, using multiple regression analysis.

The results of the regression test showed 74.4% of the buying decision factors could be explained by product, price and promotion while the remaining 25.6% were explained by other factors not examined in this study. While the results of the  $F$  test indicate that simultaneously the product, price and promotion variables simultaneously have positive and significant effect on purchasing decision by analysis, namely that value of  $F_{hitung}$  (57.200)  $> F_{tabel}$  (3.16). The results of the  $t$  test show that the product variable shows the results of the  $t_{hitung}$  analysis (0.516), the price variable shows the results of  $t_{hitung}$  (1.800) where  $t_{table}$  (2.400) so partially the product and price have no effect and are not significant on the purchase decision of precious metal at PT Pegadaian Cabang Karawang. The promotion variable shows the results of  $t_{hitung}$  (5.635) where  $t_{tabel}$  (2.004) so partially promotion has a positive and significant effect on the purchase decision of precious metals at PT Pegadaian Cabang Karawang.

**Keywords: Product, Price, Promotion, Purchase Decision**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur khadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa peneliti panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga peneliti haturkan untuk jungjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada PT Pegadaian Cabang Karawang ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena peneliti melihat perkembangan dan perubahan dunia yang serba cepat telah menyebabkan persaingan diberbagai bidang usaha menjadi sangat ketat. Sehingga menghadirkan berbagai ancaman sekaligus peluang bagi setiap perusahaan, agar dapat memanfaatkan peluang yang ada maka setiap perusahaan dituntut untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka, oleh sebab itu, perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi keputusan membeli setiap konsumen.

Dalam proses penelitiannya, tentu peneliti dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah bersaha memajukan Prodi ini sehingga hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.

4. Ricky Rizkie, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulisan selesai menyusun proposal skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya program studi manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2023 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Bapak Faozan Wahyu Fraptono, SE selaku Pimpinan Cabang Pegadaian Karawang yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian dipegadaian.
9. Ayahanda Bapak Adip beserta Ibunda Eri tercinta yang telah memberikan bimbingan, kasih sayang, dukungan dan doa yang tak pernah putus untuk kesuksesan anaknya, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan proposal skripsi ini dengan baik. Keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat.
10. Lely Nuril Fauziah selaku sahabat yang sudah memberikan dukungan dan motivasinya sehingga menambah semangat penulis dalam menyusun proposal skripsi ini.
11. Nining Ratnaningsih, Della Anggraeni serta anak-anak manajemen 2019 teman seperjuangan, sepermainan serta sependertaan. Penulis ucapkan terimakasih karena telah membersamai dan memberikan motivasi serta doa yang tiada hentinya.
12. Sahabat dari kecil diantaranya Dini Saripuri, Lia Audina, Yola Rizky Sakila, Siti Windasari, Irna Rostiana, Rena Ferlinasari yang telah memberikan semangat, memberikan kenangan yang begitu indah, serta doa yang mungkin terselip didalam doanya.
13. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan proposal skripsi ini.



Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu, peneliti selalu mengharapkan saran dan koreksi dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti peneliti mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi peneliti mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga sehingga dan semoga kita selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 16 Agustus 2023

Penulis

SITI NURAENI

NIM: 241.19.07295

## DAFTAR ISI

|                                         |      |
|-----------------------------------------|------|
| LEMBAR JUDUL .....                      | i    |
| LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN ..... | ii   |
| LEMBAR SIDANG .....                     | iii  |
| PERNYATAAN.....                         | iv   |
| ABSTRAK .....                           | v    |
| ABSTRACK .....                          | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                    | vii  |
| DAFTAR ISI.....                         | x    |
| DAFTAR TABEL .....                      | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                     | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                   | xv   |
| BAB I. PENDAHULUAN .....                | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah.....        | 1    |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....         | 4    |
| 1.3. Pembatasan Masalah .....           | 4    |
| 1.4. Perumusan Masalah.....             | 4    |
| 1.5. Tujuan Penelitian .....            | 5    |
| 1.6. Manfaat Penelitian .....           | 5    |
| 1.7. Sistematika Penelitian .....       | 6    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....            | 7    |
| 2.1. Landasan Teori.....                | 7    |
| 2.1.1. Produk .....                     | 7    |
| 2.1.2. Harga .....                      | 9    |
| 2.1.3. Promosi .....                    | 12   |
| 2.1.4. Keputusan Pembelian .....        | 14   |
| 2.2. Penelitian Terdahulu.....          | 17   |
| 2.3. Kerangka Konseptual .....          | 20   |

|                |                                              |           |
|----------------|----------------------------------------------|-----------|
|                | 2.4. Hipotesis .....                         | 21        |
| <b>BAB III</b> | <b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>            | <b>22</b> |
|                | 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....       | 22        |
|                | 3.2. Jenis Penelitian.....                   | 22        |
|                | 3.3. Popiulasi dan Sampel .....              | 23        |
|                | 3.3.1. Populasi .....                        | 23        |
|                | 3.3.2. Sampel.....                           | 23        |
|                | 3.4. Teknik Pengumpulan Data.....            | 24        |
|                | 3.5. Definisi Operasional Variabel .....     | 25        |
|                | 3.5.1. Variabel Bebas .....                  | 25        |
|                | 4.5.2. Variabel Terikat .....                | 26        |
|                | 3.6. Teknik Analisa Data .....               | 27        |
|                | 3.6.1. Skala dan Angket Penafsiran .....     | 28        |
|                | 3.6.2. Persamaan Regresi.....                | 29        |
|                | 3.6.3. Uji Kualitas Data .....               | 30        |
|                | 3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....                | 33        |
|                | 3.6.5. Uji Hipotesis.....                    | 34        |
| <b>BAB IV</b>  | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>38</b> |
|                | 4.1. Hasil Penelitian .....                  | 38        |
|                | 4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....        | 38        |
|                | 4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....         | 39        |
|                | 4.1.3. Karakteristik Responden .....         | 39        |
|                | 4.1.4. Tanggapan Responden .....             | 41        |
|                | 4.1.6. Hasil Uji Kualitas Data.....          | 56        |
|                | 4.1.7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....          | 59        |
|                | 4.1.8. Hasil Uji Hipotesis.....              | 62        |
|                | 4.2. Pembahasan .....                        | 67        |

|                    |                          |    |
|--------------------|--------------------------|----|
| BAB V              | SIMPULAN DAN SARAN ..... | 69 |
|                    | 5.1. Simpulan .....      | 69 |
|                    | 5.2. Saran.....          | 70 |
| DAFTAR PUTAKA..... |                          | 72 |
| LAMPIRAN .....     |                          | 74 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1. Data Penjualan .....                                        | 3  |
| Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....                                  | 19 |
| Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....                          | 22 |
| Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....                          | 27 |
| Tabel 3.3. Angka Penafsiran .....                                      | 29 |
| Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....                               | 40 |
| Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Produk .....              | 42 |
| Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga .....               | 45 |
| Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....              | 48 |
| Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian ..... | 52 |
| Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Produk .....                   | 56 |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....                    | 57 |
| Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....                   | 57 |
| Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....      | 58 |
| Tabel 4.10. Hasil Uji Reabilitas .....                                 | 59 |
| Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF) .....      | 61 |
| Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Berganda.....                            | 63 |
| Tabel 4.13. Hasil Uji F (Uji Simultan).....                            | 64 |
| Tabel 4.14. Koefisien Determinasi.....                                 | 65 |
| Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial) .....                            | 66 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....            | 20 |
| Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Histogram ..... | 60 |
| Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas P-P Plot .....  | 60 |
| Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....  | 62 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian .....     | 74 |
| Lampiran 2. Kuesioner.....                        | 75 |
| Lampiran 3. Tabulasi Data.....                    | 81 |
| Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....                | 82 |
| Lampiran 5. Kartu Bimbingan .....                 | 92 |
| Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....             | 93 |
| Lampiran 7. Titik Distribusi F Probabilitas ..... | 94 |
| Lampiran 7. Titik Distribusi t Probabilitas ..... | 95 |