

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY SPSPORTWEAR
KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
pada Program Studi Manajemen



OLEH

**ANDI FAJAR TRIMUKTI
NPM 2012010260**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2024**

Skripsi oleh :

ANDI FAJAR TRIMUKTI
NPM. 2012010260

Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY SPSPORTWEAR
KEDIRI**

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal :

Pembimbing I



Dr. Sri Aliami, M.M.
NIDN. 0716086403

Pembimbing II



Susi Damayanti, S.Pd, M.M.
NIDN. 0723117802

Skripsi oleh :

Andi Fajar Trimukti
NPM: 2012010260

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY SPSPORTWEAR
KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal:

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Sri Aliami, M.M
2. Penguji I : Poniran Yudho Leksono, M.M
3. Penguji II : Susi Damayanti, S.Pd, M.M



Mengetahui,
Dekan FEB,



Dr. Amin Fohari, M.Si.
NIDN.0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Andi Fajar Trimukti
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl. Lahir : Kediri / 31 Mei 2000
NPM : 2012010260
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 5 Juli 2024

Yang Menyatakan



Andi Fajar Trimukti

NPM: 2012010260

MOTTO

**Jangan pernah berputus asa atas ujian dari Allah
Positif thinking saja berkhushudzon saja
Pasti dibalik kesusahan ini ada kemudahan-kemudahan
Dan sejalan dengan janji Allah didalam surah al-Insyirah
“ Fa Inna Ma’al Usri Yusra Inna Ma’al Usri Yusra “
Setelah kesulitan pasti ada kemudahan .
(Gus Iqdam)**

Kupersembahkan karya ini buat :

Ibu, Keluarga, serta Teman-temanku tercinta

ABSTRAK

Andi Fajar Trimukti : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Spsportwear Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP KEDIRI, 2024.

Kata kunci: kualitas produk, promosi, harga, keputusan pembelian.

Latar belakang penelitian ini adalah persaingan bisnis developer sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk yang sudah ada maupun produk yang dipasarkan oleh pesaing. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Jersey Spsportwear Kediri secara parsial, (2) untuk mengetahui pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian Jersey Spsportwear Kediri secara parsial, (3) untuk mengetahui pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian Jersey Spsportwear Kediri secara parsial, (4) untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian Jersey Spsportwear Kediri secara simultan. Teknik penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen Spsportwear. Teknik pengambilan sampel yang digunakan sebanyak 40 responden. Teknik analisis yang dipakai yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis yang dipakai adalah uji t dan uji F menggunakan *software* SPSS 25. Hasil penelitian (1) kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial dengan nilai t hitung $1,577 < t$ tabel $2,028$, (2) promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial dengan nilai t hitung $3,111 > t$ tabel $2,028$, (3) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial dengan nilai t hitung $3,705 > t$ tabel $2,028$, (4) kualitas produk, promosi, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan dengan nilai F hitung $58,583 > F$ tabel $2,87$. Dapat disimpulkan bahwa (1) kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Jersey Spsportwear Kediri secara parsial, (2) promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Jersey Spsportwear Kediri secara parsial, (3) harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Jersey Spsportwear Kediri secara parsial, (4) kualitas produk, promosi, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Jersey Spsportwear Kediri secara simultan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kasih karunia yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Spsportwear Kediri” ini ditulis guna sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen. Dalam Kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi M. Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Sri Aliami, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta perhatian penuh dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Susi Damayanti, S.Pd M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta perhatian penuh dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Keluarga dan sahabat seperjuangan yang telah senantiasa mendoakan, membantu dan memberikan dukungan.
7. Kepada diri saya sendiri yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk mengerjakan skripsi ini hingga selesai
8. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri,

ANDI FAJAR TRIMUKTI
NPM: 2012010260

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR_PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
A. Kajian teori	11
1. Keputusan Pembelian	11
2. Kualitas Produk.....	18
3. Promosi	26
4. Harga.....	30
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Kerangka Berpikir.....	41
D. Kerangka Konseptual.....	46
E. Hipotesis.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
A. Variabel penelitian.....	49
1. Identifikasi variabel penelitian.....	49
2. Definisi operasional variabel	50
B. Pendekatan dan jenis penelitian	54
1. Pendekatan penelitian	54
2. Teknik penelitian	54
C. Tempat dan waktu penelitian.....	55
1. Tempat penelitian	55
2. Waktu penelitian	55
D. Populasi dan sampel	56
1. Populasi.....	56
2. Sampel	57
E. Instrumen Penelitian	58

Pengembangan Instrumen.....	58
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	62
1. Sumber Data	62
2. Teknik Pengumpulan Data.....	63
G. Teknik Analisis Data	63
1. Uji Asumsi Klasik.....	63
2. Analisis Regresi Linear Berganda	65
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 68
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	68
B. Deskripsi Data Variabel.....	72
Deskripsi Variabel Terikat.....	72
C. Analisis Data.....	80
D. Pembahasan	90
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 94
A. Simpulan.....	94
B. Saran	95
 DAFTAR PUSTAKA	 97
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	46
Gambar 3. 1	55
Gambar 4. 1	70
Gambar 4. 2	81
Gambar 4. 3	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	55
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	59
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 4. 3 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel 4. 4 Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk	74
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Variabel Promosi.....	76
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Variabel Harga	78
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas	82
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	85
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	87
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	88
Tabel 4. 11 Hasil Uji F.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	99
Lampiran 2 Surat Balasan	100
Lampiran 3 Kuesioner.....	101
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	105
Lampiran 5 Uji Validitas.....	109
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	113
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	114
Lampiran 8 Regresi Linier Berganda & Koefisiensi Determinasi (R ²).....	115
Lampiran 9 Dokumentasi.....	116
Lampiran 10 Berita Acara Pembimbingan Penulisan KTI	117

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern saat ini kebutuhan akan sandang terutama penampilan/ mode gaya pakaian sangatlah penting bagi satu individu. Salah satunya yang sangat digemari oleh kalangan masyarakat banyak yaitu Jersey. Jersey merupakan pakaian bagian atas yang dapat menunjang kepercayaan diri seseorang, dengan memilih model yang casual dan nyaman digunakan kaos tersebut dapat menjadi pilihan utama masyarakat yang ingin berpergian dengan santai atau hanya sekedar digunakan di dalam rumah. Biasanya anak muda sekarang lebih menyukai untuk menggunakan pakaian seperti kaos dikarenakan memiliki model yang simple dan nyaman digunakan oleh sehari-hari baik digunakan oleh pria maupun wanita. Seringkali kebanyakan orang lebih suka kaos tersebut diberi desain gambar yang unik yang sesuai dengan selera dari masing-masing orang. Jersey sendiri diberikan desain untuk memberikan kenyamanan kepada penggunanya. Selain itu pada saat ini sering kali banyak perusahaan yang ingin menampilkan lebih banyak produk yang di produksi kepada masyarakat dengan membuat iklan seperti di media social dan media lainnya. Seperti yang banyak kita ketahui sekarang ini banyak sekali pengguna Instagram yang ikut untuk memasarkan produk yang perusahaan tersebut jual. Apakah dengan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dengan membuat iklan di media sosial dan media lainnya dapat meningkatkan minat beli sebanyak yang diharapkan oleh perusahaan tersebut.

Selain dari hal diatas dapat diketahui juga bahwa pengembangan usaha dan pembukaan usaha semakin di lirik dan diminati oleh masyarakat dan pemerintah, untuk dijadikan salah satu upaya dalam kegiatan mengurangi pengangguran dan kemiskinan di negara ini. Percetakan/ sablon telah menjadi tren dimana-mana dan menghasilkan produk yang sangat bermanfaat bagi masyarakat luas. Contoh produk yang dihasilkan oleh percetakan sablon adalah seperti yang telah penulis jelaskan diatas yaitu berupa tulisan atau gambar pada kaos, bendera, spanduk, umbul-umbul, dan lain-lain. Dan salah satu yang paling mudah diusahakan saat ini adalah sablon pada kaos. Barang kebutuhan primer ini sangatlah banyak jenis gambar yang merupakan hasil dari percetakan sablon.

Persaingan bisnis developer sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk yang sudah ada maupun produk yang dipasarkan oleh pesaing. Manfaat produk dapat disampaikan melalui ciri-ciri produk berwujud, salah satunya adalah kualitas produk. Dalam menjalankan bisnisnya spsportwear kediri juga menjaga kualitas dari produknya. Kualitas merupakan salah satu faktor pertimbangan perusahaan sebelum melakukan pemasaran. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar, warna, bentuk, pembungkus dan sebagainya. (Tiya et al., 2019)

Setiap individu memiliki metode pengambilan keputusan yang nyaris serupa. Meski begitu, terdapat beberapa faktor yang dapat membedakan pengambilan keputusan antar individu, diantaranya adalah usia, karakter, pendapatan, serta gaya hidup. Dalam Peter dan Olson dalam (Muhammad et al., 2018) penetapan pembelian ialah interaksi penggabungan yang mengkonsolidasikan informasi untuk menilai setidaknya 2 pilihan alternatif kemudian memilih satu diantaranya. Singkatnya keputusan pembelian ialah proses menetapkan pilihan untuk membeli produk (Nur'aini et al., 2021.). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini, sejalan dengan penelitian dari Liniga (2020) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Spring Bed di PT Duta Abadi Primantara Metro Gandaria City.

Apabila dalam pembahasan diatas telah dijelaskan pembahasan mengenai kualitas produk, maka pada poin selanjutnya akan dibahas mengenai harga. Jika kualitas produk berkaitan dengan kesesuaian antara produk yang ditawarkan dengan produk yang dijual oleh penjual, maka harga adalah nilai yang harus dibayar untuk mendapatkan suatu produk. Peneliti tertarik untuk mengambil variabel harga karena harga yang ditawarkan oleh spsportwear kediri sangat bervariasi dan mampu bersaing dengan percetakan atau sablon sejenis.

Seperti yang dijelaskan (Philip Kotler, 2008) harga telah menjadi aspek yang paling penting dalam menetapkan keputusan para pembeli. Maka secara garis besar harga ialah nilai lengkap yang diperjualbelikan pada pembeli untuk keuntungan memiliki barang atau jasa. Pembeli pada umumnya menyamakan harga barang mahal dengan kualitas bagus dan jika harga barang terlalu murah, pembeli akan mempertanyakan mutu dari produk itu sendiri. Hal pertama yang biasanya dilihat saat seseorang berbelanja ialah harga, kemudian diikuti oleh beberapa pertimbangan lainnya. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas sesuatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan mempertimbangkan harga yang terjangkau, suatu produk dapat memiliki nilai jual dan mendorong daya beli konsumen terhadap produk tersebut. Penting untuk menjaga keseimbangan antara harga yang terjangkau dengan kualitas produk. Jika semua itu tercipta dengan baik dari harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik, maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk (Patmasari et al., 2023). Dikutip dari Brown dalam (Ruliati et al., 2023) pemilihan karakter pada sebuah toko dikarenakan kesan pembeli pada harga daripada harga asli sebuah toko. Suatu perusahaan hendaknya menetapkan harga yang sebanding dengan mutu dan nilai produk. Dalam menentukan keputusan dalam membeli siswa SMAN 8 Kediri juga tentu mempertimbangkan harga

karena mereka masih pelajar dan belum berpenghasilan. Harga yang teramat tinggi atau sebaliknya dapat menjadi faktor penentu bagi pembeli. Tingginya harga dapat membuat konsumen berpindah pada produk lain yang sejenis begitupun sebaliknya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini, sejalan dengan penelitian dari Sari & Ganesha (2021) yang menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sprei RISE.

Setelah membahas tentang variabel kualitas produk serta harga selanjutnya variabel yang tidak kalah penting yaitu variabel promosi. Promosi sendiri berarti mengenalkan suatu produk dengan suatu cara tertentu dan memiliki tujuan supaya produk itu menjadi dikenal oleh banyak orang. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu pemasaran. Menurut Kotler & Armstrong (2012:430) promosi adalah menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan menarik tentang organisasi dan merek.

Dalam promosi dikenal istilah bauran promosi yang merupakan seperangkat alat promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut kotler & armstrong (2013:432) *the five major promotion tools are defined as follows*: Periklanan (*Advertising*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Penjualan pribadi (*Personal selling*), Hubungan masyarakat (*public relation*), Pemasaran langsung (*direct marketing*).

Promosi diharapkan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan volume penjualan dan market sharenya. Selain itu kegiatan promosi diharapkan untuk mempertahankan ketenaran merek selama ini dapat ditingkatkan, bila menggunakan promosi dengan tepat. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk mempengaruhi calon pembeli sehingga dapat mencapai tujuan dan sasaran perusahaan (Isnaini,2017:56).

Penjelasan diatas percetakan jaman sekarang sudah berkembang sangat pesat, dan adapun jenis percetakan sablon yaitu manual masih menggunakan tenaga manusia yaitu dengan alat screen, penyaring, dan lain-lain. Sedangkan percetakan modern sudah menggunakan perangkat computer sebagai tempat desain gambar dan priter khusus sablon yang sudah bisa mencetak ke gambar lain. Dengan cara membuat iklan dan promosi penjualan dapat benar-benar terjadi, dikarenakan pada saat ini memang tidak bisa dipungkiri bahwa persaingan yang ketat dalam bisnis ini mengingat sudah banyak yang menjalankan bisnis ini di masyarakat. Oleh karena itu strategi persaingan yang matang sangat dibutuhkan dalam bisnis ini. Jadi, dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini, sejalan dengan penelitian dari Fawzee (2020) yang menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada bioskop 21 Sun plaza Medan.

Untuk menciptakan suatu produk dengan berbagai macam atribut yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka pemilik usaha harus melakukan riset perilaku konsumen karena dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen di tempatkan sebagai sentral perhatian. Para praktisi maupun akademisi berusaha mengkaji aspek-aspek konsumen dalam rangka mengembangkan strategi pemasaran yang diharapkan mampu meraih pangsa pasar yang tersedia.

Dengan latar belakang masalah tersebut maka tersiratlah dipikiran peneliti untuk membuat penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Spsportwear Kediri”**.

B. Identifikasi Masalah

Dengan melihat latar belakang diatas , maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah.

1. Kualitas produk yang dirasakan para konsumen mengalami penurunan dalam hal kualitas sablon yang mudah terkelupas dibandingkan dengan kualitas sablon sebelumnya yang lebih tahan lama.
2. Promosi yang dilakukan sekarang lebih terfokus hanya di *whatsapp* saja dikarenakan *Instagram* yang biasa digunakan untuk media promosi tidak dapat digunakan karena terkena hack sehingga mengakibatkan konsumen yang terjangkau menjadi berkurang.
3. Harga yang semakin naik dan dirasa tidak terjangkau dikarenakan bahan baku mengalami kenaikan harga sehingga membuat produsen

menaikkan harga barang, hal ini membuat konsumen berfikir ulang untuk membeli produk.

C. Pembatasan Masalah

Agar suatu pembahasan dalam penelitian lebih tepat sasaran terdapat topik utama penelitian maka dibutuhkan suatu batasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini fokus pada pengaruh kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian jersey spsportwear Kediri.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ditulis diatas, maka dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah.

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jersey spsportwear Kediri?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jersey spsportwear Kediri?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jersey spsportwear Kediri?
4. Apakah kualitas produk, promosi, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jersey spsportwear Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang serta rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah.

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian jersey pada spsportwear Kediri.
2. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian jersey pada spsportwear Kediri.
3. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jersey pada spsportwear Kediri.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian jersey pada spsportwear Kediri.

F. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang secara langsung terkait didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah.

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan dalam melakukan strategi pemasaran.

- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan untuk penelitian selanjutnya dengan objek dan permasalahan yang serupa

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti untuk menambah wawasan mengenai analisis perilaku konsumen dalam berbelanja.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai analisis perilaku konsumen dalam berbelanja sehingga dapat memberikan masukan dan sebagai tolak ukur dalam pengetahuan yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen dalam berbelanja. Dengan harapan dapat meningkatkan nilai terhadap Pihak Terkait.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANITARY WARE TOTO DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17>
- Ghozali, I. (2011a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011b). Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult. In 2011.
- Hardani. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. CV. Pustaka Ilmu.
- Harga, P., Pelayanan, K., Keputusan, T., Konsumen, P., Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1).
- Hulima, J. S. P., Soepeno, D., & Tielung, M. V. J. (2020). THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND PRICING ON PURCHASING DECISIONS IN WARDAH AT MANADO CITY. *Jurnal EMBA*, 9(2), 1167–1177.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing* (15th ed.). Pearson Prentice Hall. URI: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20401186>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *e-Chapter_ManajemendanStrategiPemasarandalamBisnis*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Erlangga.
- Mustika Sari, R., & Piksi Ganesha, P. (n.d.). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEY PELANGGAN PRODUK SPREI RISE)*. 5(3), 2021.
- Nur'aini, A., Wihdatul Husna, A., Asih, A. S., Kharisma, A., & Hastuti, I. (n.d.). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Patmasari, T., Lucky Puspitasari, A., Tallita Putri, E., Tri Wulandari, A., Daniel Limantara, A., Nusantara PGRI Kediri, U., Ahmad Dahlan No, J. K., Kediri, K., Timur, J., Informatika, T., Tinggi Teknologi Cahaya Surya, S., & Artikel, I. (2050). *Simposium Manajemen dan Bisnis II Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2023 ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA*

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU RACIK MAK TAM KEDIRI
(Vol. 2).

*PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED (STUDI KASUS: PT DUTA
ABADI PRIMANTARA DI METRO GANDARIA CITY) SKRIPSI SARJANA
EKONOMI.* (n.d.).

Rapingah, S. (2022). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN*. CV. Feniks Muda
Sejahtera, Anggota IKAPI.

Ridhadani. (2020). *Metodologi Penelitian Dasar Bagi Mahasiswa dan Peneliti
Pemula*. Pascasarjana.

Ruliati, R. A., Satoto, E. B., Sanosra, A., Sakit, R., Fatimah Banyuwangi, I., &
Muhammadiyah Jember, U. (2023). Pengaruh Fasilitas Rumah Sakit Dan
Harga Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pasien. In
Jurnal Ekonomi (Vol. 19, Issue 2).

Saputra, R. (2020). *SKRIPSI PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP*.

Siyoto, S. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media
Publishing.

Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. alfabeta.

Sugiyono.(2019).*coverMETODEPENELITIANKUANTITATIFKUALITATIFDAN
RD*.

Tiya, M., Suari, Y., Luh, N., Sayang Telagawathi, W., & Yulianthini, N. N. (2019).
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1).

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. (Edisi 4). Andi.