

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION BESTTA.ID**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Darul Anisah Nur Khasanah
19.92.0130

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2023**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION BESTTA.ID**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Kewirausahaan



Disusun oleh:

Darul Anisah Nur Khasanah
19.92.0130

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FASHION BESTTA.ID**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Darul Anisah Nur Khasanah
19.92.0130

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 15 Maret 2023

Dosen Pembimbing,



Suyatmi, S.E., M.M
NIK. 190302019

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK FASHION BESTTA.ID**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Darul Anisah Nur Khasanah
19.92.0130

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

15 Maret 2023

Nama Penguji

Suyatmi, S.E., M.M
NIK. 190302019

Rahma Widyawati, S.E., M.M
NIK. 190302013

Yusuf Amri Amrullah, SE, MM
NIK. 190302308

Tanda Tangan







Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
28 Februari 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 15 Maret 2023



Darul Anisah Nur Khasanah
19.92.0130

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat mencapai gelar sarjana dengan tepat waktu tanpa adanya halangan suatu apapun.

Dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta
3. Ibu Suyatmi, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Kewirausahaan dan dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dari awal sampai akhir proses penyusunan skripsi
4. Pihak Bestta.id yang telah membantu dan berkenan sebagai objek penelitian
5. Seluruh responden yang bersedia mengisi kuesioner
6. Kedua orang tua yang memberi doa dan dukungan sehingga seluruh proses dapat dijalani dengan baik dan selesai sampai akhir
7. Teman – teman baik dari prodi kewirausahaan maupun dari luar prodi kewirausahaan yang tidak bisa disebutkan satu – satu.
8. Kepada diri sendiri, terimakasih telah bertahan sampai akhir. Menyelesaikan apa yang kamu mulai dan memberikan hasil yang terbaik.

Yogyakarta, 15 Maret 2023

Darul Anisah Nur Khasanah

DAFTAR ISI

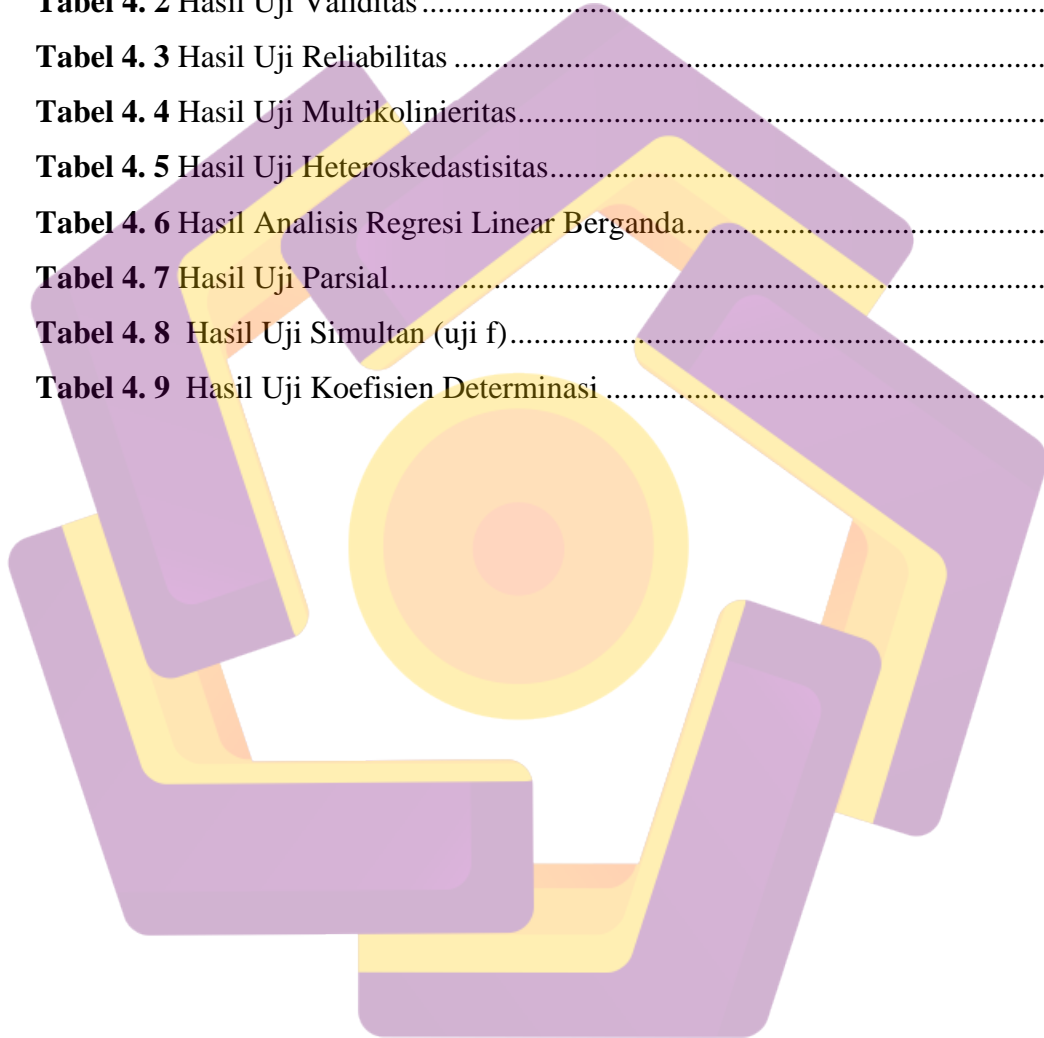
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Harga.....	7
2.1.2 Kualitas Produk.....	8
2.1.3 Promosi Melalui Instagram.....	10

2.1.4	Keputusan Pembelian.....	13
2.2	Penelitian Terdahulu.....	15
2.3	Kerangka Pemikiran	1
2.4	Hipotesis Penelitian.....	1
BAB III METODE PENELITIAN.....		5
3.1	Jenis Penelitian	5
3.2	Teknik Pengumpulan Data	5
3.3	Sumber Data	5
3.4	Tempat dan Waktu Penellitian	6
3.5	Populasi dan Sampel.....	6
3.6	Teknik Sampling	6
3.7	Skala Pengukuran Variabel	7
3.8	Variabel Penelitian	7
3.9	Definisi Operasional Variabel	8
3.10	Teknik Pengujian.....	13
3.10.1	Uji Instrumen	13
3.10.2	Uji Asumsi Klasik.....	14
3.10.3	Regresi Linear Berganda.....	16
3.10.4	Uji Hipotesis.....	16
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		19
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	19
4.1.1	Sejarah Umum Bestta.id.....	19
4.1.2	Visi dan Misi	19
4.1.3	Struktur Organisasi.....	20
4.2	Deskripsi Data	21

4.3	Data Karakteristik Responden.....	21
4.3.1	Jenis Kelamin Responden	21
4.4	Hasil Analisis Uji Instrumen	22
4.4.1	Uji Validitas	22
4.4.2	Uji Reliabilitas	24
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	25
4.5.1	Uji Normalitas.....	25
4.5.2	Uji Multikolinieritas.....	26
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	27
4.6	Hasil Uji Analisis Data.....	28
4.6.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	28
4.7	Hasil Uji Hipotesis	29
4.8	Pembahasan	32
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
5.1	Kesimpulan.....	35
5.2	Saran.....	35
	DAFTAR PUSTAKA	37
	LAMPIRAN.....	40

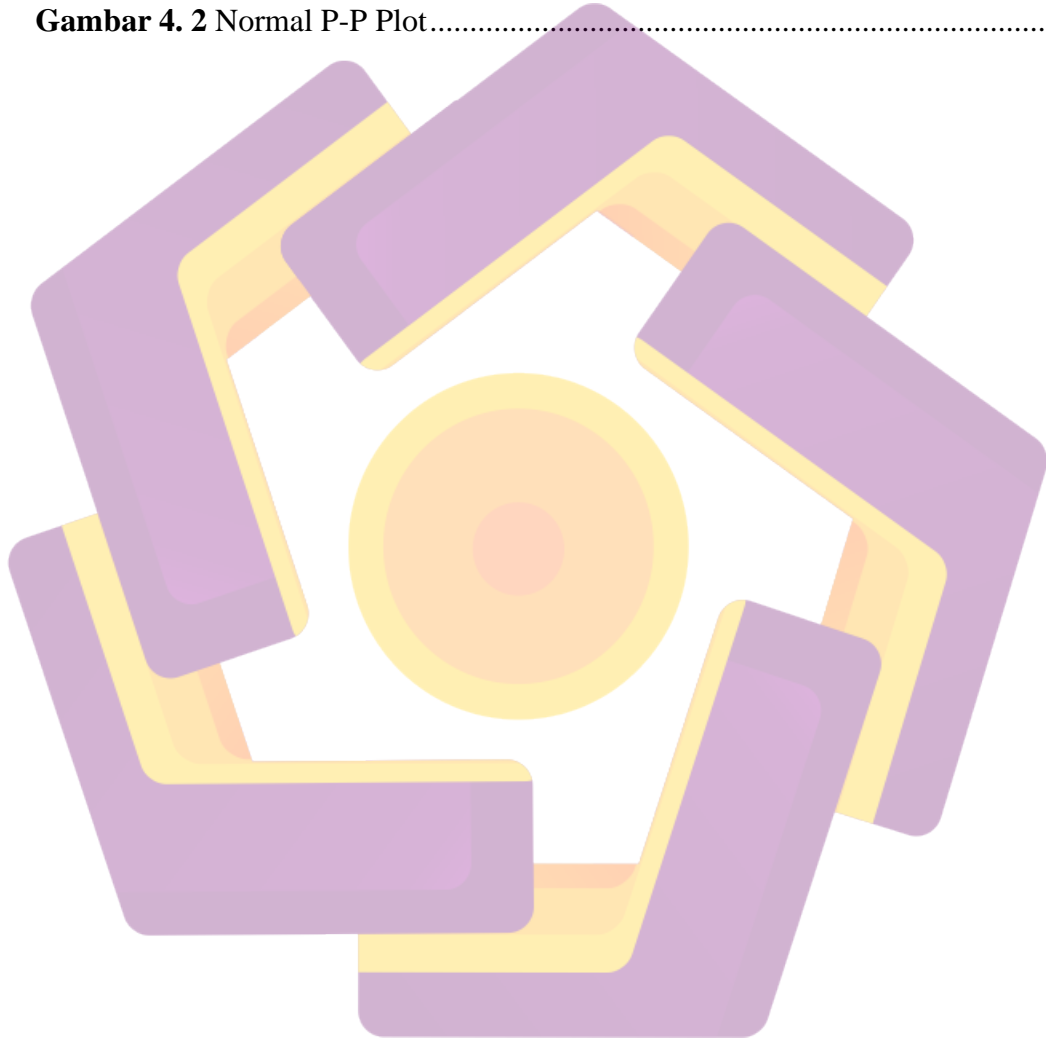
DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	7
Tabel 3. 2 Tabel Definisi Operasional Variabel	8
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	21
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	22
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	24
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas.....	26
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	27
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	28
Tabel 4. 7 Hasil Uji Parsial.....	30
Tabel 4. 8 Hasil Uji Simultan (uji f).....	31
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	32



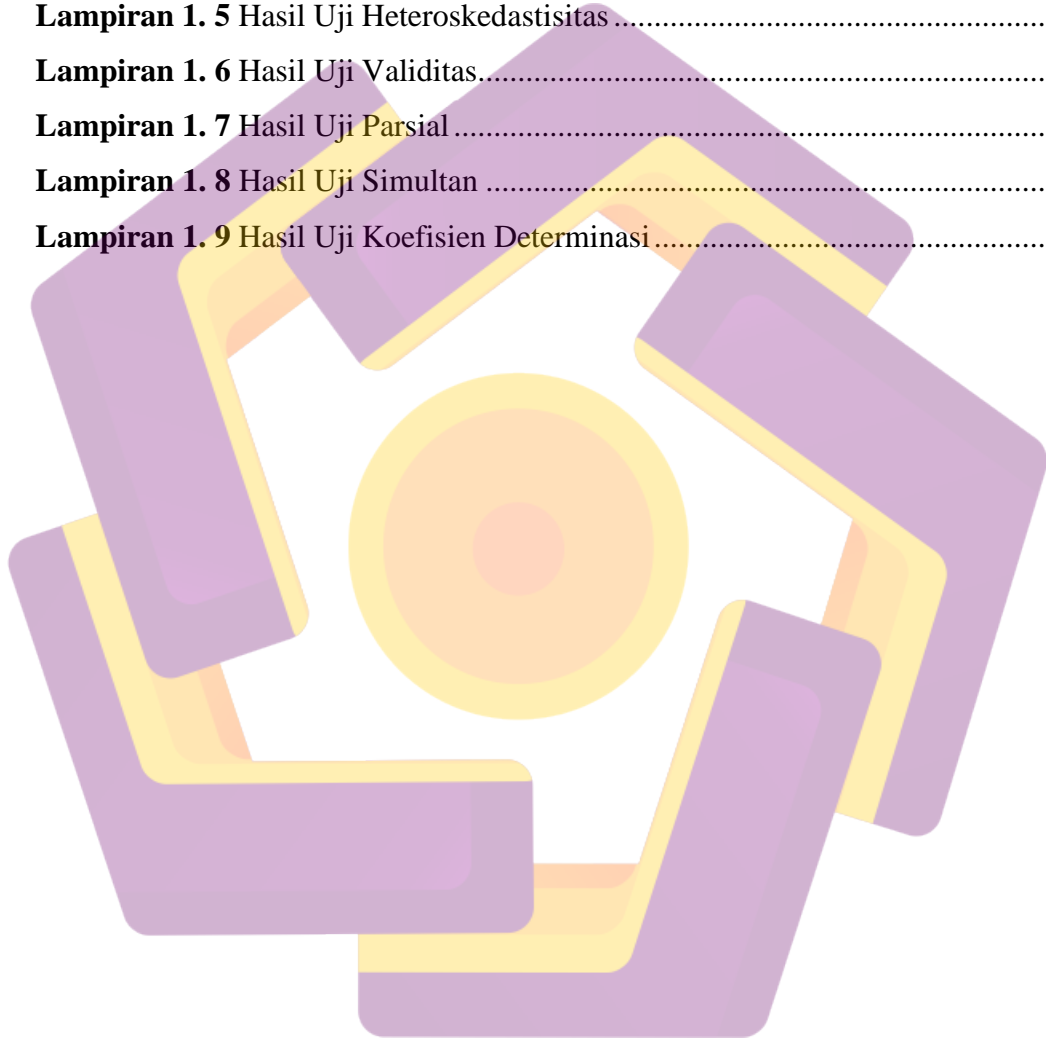
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Instagram Per Kuartil 2022	1
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	1
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	20
Gambar 4. 2 Normal P-P Plot.....	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Lampiran Draft Kuesioner	41
Lampiran 1. 2 Hasil Uji Analsis Deskriptif.....	49
Lampiran 1. 3 Hasil Uji Normalitas	49
Lampiran 1. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	50
Lampiran 1. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Lampiran 1. 6 Hasil Uji Validitas.....	50
Lampiran 1. 7 Hasil Uji Parsial	52
Lampiran 1. 8 Hasil Uji Simultan	52
Lampiran 1. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53



INTISARI

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis, menuntut para pelaku bisnis untuk terus melakukan pembaharuan produk maupun sistem yang digunakan dalam bisnis. Keputusan pembelian merupakan keputusan final konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa setelah melalui berbagai pertimbangan tertentu. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk fashion Bestta.id meliputi harga, kualitas produk dan promosi melalui instagram. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk fashion Bestta.id., untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fashion Bestta.id, untuk mengetahui pengaruh promosi melalui Instagram terhadap keputusan pembelian produk fashion Bestta.id dan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan promosi melalui Instagram secara simultan terhadap keputusan pembelian produk fashion Bestta.id.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu membagikan kuesioner dengan skala pengukuran variabel menggunakan skala likert poin 5. Populasi berjumlah 137 responden, sampel pada penelitian ini adalah 97 responden, jumlah tersebut hasil dari penyaringan responden dengan teknik *purposive sampling*, kriteria sebagai berikut : konsumen yang mengikuti instagram Bestta.id, berjenis kelamin perempuan, dan konsumen yang melakukan pembelian produk fashion Bestta.id. Teknik analisis untuk menguji hipotesis adalah uji asumsi klasik dan regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion Bestta.id, variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion Bestta.id, variabel promosi melalui Instagram berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion Bestta.id dan variabel harga, kualitas produk dan promosi melalui instagram secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion Bestta.id

Kata kunci : Harga, kualitas produk, promosi melalui instagram, keputusan pembelian

ABSTRACT

Increasingly fierce competition in the business world requires business people to continue to renew products and systems used in business. Purchasing decisions are final consumer decisions to buy a good or service after going through certain considerations. There are several factors that influence purchasing decisions for Bestta.id fashion products including price, product quality and promotion via Instagram. Therefore, the purpose of this study is to determine the effect of price on purchasing decisions for Bestta.id fashion products, to determine the effect of product quality on purchasing decisions for Bestta.id fashion products, to determine the effect of promotion through Instagram on purchasing decisions for Bestta.id fashion products and to determine the effect of price, product quality and promotion through Instagram simultaneously on purchasing decisions for Bestta.id fashion products.

The type of research used is quantitative. Collecting data in this study is distributing questionnaires with a variable measurement scale using a 5-point Likert scale. The population amounted to 137 respondents, the sample in this study were 97 respondents, this number is the result of screening respondents with purposive sampling techniques, the criteria are as follows: consumers who follow Bestta.id Instagram, are female, and consumers who purchase Bestta.id fashion products. The analysis technique to test the hypothesis is the classical assumption test and multiple linear regression.

The results of this study are that the price variable has no significant effect on purchasing decisions for Bestta.id fashion products, the product quality variable has a significant effect on purchasing decisions for Bestta.id fashion products, the promotion variable via Instagram has a significant effect on purchasing decisions for Bestta.id fashion products and the price variable, product quality and promotion via Instagram simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for Bestta.id fashion products.

Keywords : *Price, product quality, promotion through Instagram, purchasing decision*