

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,
TAMPILAN TOKO DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ATLANTIS
GOLD PTC MALL PALEMBANG**



Disusun Oleh:

Marsella

2024200033

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2024**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG**

Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Gasal tahun 2023/2024

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, TAMPILAN TOKO DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO
ATLANTIS GOLD PTC MALL PALEMBANG**

Marsella

2024200033

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Harga, Kualitas produk, Tampilan Toko dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Atlantis Gold PTC Mall Palembang. Populasi penelitian ini adalah konsumen Toko Atlantis Gold PTC Mall. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menggunakan olah data SPSS versi 21. Hasil penelitian untuk uji parsial, nilai t_{hitung} untuk variabel harga 3,693 dengan signifikan 0,000, nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk 4,509 dengan signifikasi 0,000, nilai t_{hitung} untuk variabel tampilan toko 4,588 dengan nilai signifikasi 0,000 dan nilai t_{hitung} variabel promosi 2,765 dengan nilai signifikasi 0,006. Untuk uji simultan nilai F_{hitung} adalah 82,610 dengan signifikasi $0,000 < 0,05$. Nilai *Adjusted R square* adalah 0,621 atau 62,1%, artinya variabel harga, kualitas produk, tampilan toko dan promosi mampu menjelaskan dan mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 62,1%. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah harga, kualitas produk, tampilan toko dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Atlantis Gold PTC Mall Palembang.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Tampilan Toko dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perhiasan merupakan suatu aksesoris yang digunakan pada tubuh manusia, baik pada pria maupun pada wanita seperti anting, cincin, gelang, kalung dan liontin. Salah satu jenis bahan yang digunakan untuk membuat perhiasan adalah emas. Emas juga dapat digunakan untuk berinvestasi, naik turunnya harga emas mengikuti naik turunnya rupiah terhadap dolar AS.

Emas adalah benda yang sudah digunakan sejak zaman raja-raja sebelum masehi. emas atau logam mulia merupakan logam berwarna kuning mengkilat. Emas diperoleh dari penggalian di bawah tanah yang memiliki formasi batuan besar yang mengandung partikel emas berupa tambang emas. Perusahaan besar menggali tambang emas dan memproduksinya dalam bentuk emas batangan.

Emas tidak pernah lepas dari kehidupan umat manusia. Dalam sejarah digambarkan bahwa selain untuk perhiasan, emas juga digunakan sebagai alat transaksi. Sebagai barang komoditas, emas diperdagangkan di antara negara di dunia. Permintaan emas juga berasal dari para konsumen yang membeli emas untuk perhiasan.

Tabel 1.1 Jenis Investasi Yang Paling Banyak Diminati Masyarakat

No	Jenis Investasi	Persentase
1	Emas	58,5%
2	Tanah	56,7%
3	Properti	41,7%
4	Bisnis/Usaha	31,3%
5	Hewan Ternak	17,6%
6	Pasar Modal/Saham	14,5%
7	Deposito Bank	11,2%
8	<i>Cryptocurrency</i>	7,8%
9	Barang-barang Hobi	7,3
10	Reksadana	7,2%
11	<i>Forex Trading</i>	5,7%
12	Asuransi	4,6%
13	Pohon (Jati,Rotan)	2,5%
14	Obligasi	0,8%
15	<i>Peer to Peer Lending</i>	0,6%

Sumber : Katadata Insight Center (KIC), Zigi.id, Januari 2022

Jenis investasi yang paling banyak diminati oleh masyarakat adalah emas. Emas tidak pernah lepas dari kehidupan umat manusia. Dalam sejarah digambarkan bahwa selain untuk perhiasan, emas juga digunakan sebagai alat transaksi. Sebagai barang komoditas, emas diperdagangkan di antara negara di dunia. Permintaan emas juga berasal dari para konsumen yang membeli emas untuk perhiasan.

Salah satu toko perhiasan emas di Palembang adalah toko Atlantis Gold yang berlokasi di PTC Mall lantai GF.A2-3. Toko Atlantis Gold menjual berbagai jenis emas seperti emas 24 karat kadar 92% - 99%, emas 22 karat kadar 70% dan 75%, serta berbagai jenis logam mulia seperti logam mulia Antam, UBS, Mini Gold, EOA gold dan Lotus Archi. Toko Atlantis Gold

tidak hanya menjual emas saja tetapi juga menerima emas, custom bentuk emas dan reparasi emas.

Emas menjadi salah satu faktor yang penting karena menjadi salah satu aset yang dikenal sebagai alat investasi yang menarik karena selain menjadi cara menghadapi inflasi, manfaat investasi emas juga membantu melindungi nilai kekayaan dan mudah untuk dicairkan. Selain digunakan sebagai alat investasi emas juga digunakan untuk perhiasan yang dapat digunakan di tubuh manusia, sehingga dapat mempercantik diri sekaligus sebagai investasi.

Keputusan pembelian akan muncul jika terdapat manfaat dan nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Manfaat berlebih yang didapatkan ketika pelanggan membeli emas akan menghasilkan kepuasan, dari kepuasan tersebut yang dapat menghasilkan minat untuk melakukan pembelian (Tan & Brahmna, 2019).

Keputusan pembelian dipengaruhi beberapa faktor yaitu akses yang mudah, tampilan toko dan produk, informasi, ketersediaan dan kualitas produk, harga yang terjangkau, dan promosi yang menarik.

Tabel 1.2 Penjualan perhiasan di toko Atlantis Gold

No	Tahun	Total Penjualan
1	2020	2.327 produk
2	2021	6.736 produk
3	2022	4.672 produk

Sumber : Atlantis Gold, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa penjualan di tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami peningkatan penjualan, sedangkan tahun 2021 ke tahun 2022 mengalami penurunan penjualan. Naik turunnya penjualan

merupakan salah satu faktor dari keputusan pembelian konsumen, dimana keputusan pembelian dipengaruhi beberapa faktor yaitu harga, kualitas produk, tampilan toko dan promosi (Andrian, dkk 2022).

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga yang terjangkau bukan berarti harga harus terlampau murah. Apabila harga terlalu murah hingga di bawah standar, bisa jadi konsumen malah ragu mengenai kualitas produk tersebut. Namun jika harga terlalu mahal, konsumen kemungkinan akan mencari toko lain yang bisa menawarkan harga yang lebih terjangkau.

Faktor yang mempengaruhi naik turunnya harga emas adalah inflasi yang tinggi, kurs dollar, harga minyak, spekulasi (*trader*), bursa saham, naiknya permintaan emas dan naiknya emas untuk cadangan devisa.

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai hasil dari barang atau jasa yang diperdagangkan untuk memuaskan pelanggan.

Menurut Menurut William J. Stanton dalam Dr. Meithiana Indrasari (2019, h.36) harga adalah jumlah uang yang kemungkinan ditambah beberapa barang untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Tabel 1.3 Harga Emas Di Toko Emas PTC Mall Palembang

No	Nama Toko	Harga/Gram
1	Toko Atlantis Gold	780.000
2	Toko Emas Anugerah	800.000
3	Mulia Gold	790.000
4	Mitra Gold	790.000

Sumber : Penulis, 2023

Dalam proses jual beli, harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting, karena harga merupakan alat tukar dalam bertransaksi. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel dan setiap saat dapat berubah-ubah. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa, yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa serta pelayanannya.

Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi. Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong dalam Dr. Rosnaini Daga, S.E., MM. (2017, h.37) adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Pelanggan adalah penilai kualitas suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Semakin puas seorang pelanggan maka dapat dikatakan semakin berkualitas suatu produk tersebut. Puas atau tidak puasnya seorang pelanggan ditentukan oleh kesesuaian harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan pada kinerja aktual produk tersebut. Pelanggan akan puas jika Perusahaan mampu memberikan kualitas produk yang sesuai harapan pelanggan. Pelanggan akan membentuk harapannya dari kinerja seharusnya dari suatu produk. Harapan atas kinerja dibandingkan dengan kinerja aktual produk

Perusahaan. Jika kinerja aktual lebih besar atau sama dengan harapan maka kepuasan pelanggan akan terjadi.

Kualitas produk di toko Atlantis Gold memiliki kualitas yang baik, mulai dari kadar emas, bentuk serta warna pada emasnya. Emas 24 karat di toko Atlantis Gold memiliki kadar paling rendah adalah 92%, sedangkan emas 22 kadar terdiri dari kadar 70% dan 75%.

Tabel 1.4 Total Penjualan Terhadap Kualitas Produk Di Toko

Atlantis Gold

Produk	Tahun 2020				Tahun 2021				Tahun 2022			
	Kualitas Produk											
	999	92%	75%	70%	999	92%	75%	70%	999	92%	75%	70%
Anting	2	73	84	90	11	218	372	462	6	55	193	322
Cincin	8	238	491	284	27	786	976	853	7	624	623	483
Gelang	4	186	217	95	34	497	537	347	23	414	437	264
Kalung	3	142	83	44	18	504	401	156	16	373	386	117
Liontin	1	97	109	76	6	162	243	126	2	61	204	62
Total	18	736	984	589	96	2167	2529	1944	54	1527	1843	1248

Sumber : Atlantis Gold, 2023

Tampilan toko (*atmosphere*) merupakan faktor yang penting dalam sebuah bisnis karena pada saat bertransaksi, pelanggan tidak hanya bereaksi terhadap barang dan jasa yang ditawarkan tetapi juga respon terhadap tampilan toko tersebut. Tampilan suatu toko mempengaruhi keadaan emosional pembeli yang dapat menyebabkan peningkatan atau penurunan pembelian.

Menurut Kotler dalam Nova Christian Immanuel Mamuya (2021, h.4) mendefinisikan tampilan toko (*store atmosphere*) sebagai lingkungan pembelian yang dirancang untuk menghasilkan pengaruh emosional tertentu dalam diri pembeli yang dapat meningkatkan kemungkinan pembelian.

Tampilan toko Atlantis Gold kurang menarik, dimulai dari pencahayaan yang kurang terang, tampilan toko yang terlalu polos dan kurang adanya hiasan pada toko sehingga kurang menarik.

Menciptakan lingkungan toko supaya dapat menarik perhatian konsumen bukanlah hal yang mudah, akan tetapi apa yang dimunculkan pada tampilan toko selalu dilatarbelakangi oleh siapa pasar yang dituju sesuai dengan kebutuhan yang dapat mengakibatkan minat beli dari konsumen.

Menurut Kotler dalam Dr. Wira Yudha Alam (2023, h.133) promosi adalah komunikasi yang memberikan penjelasan akan barang dan jasa. Tujuan promosi adalah untuk menarik minat, mengedukasi, mengingatkan dan membujuk calon konsumen.

Promosi yang dilakukan toko Atlantis Gold adalah dengan menggunakan media sosial, seperti instagram, facebook dan whatsapp. Melakukan sponsor di instagram dengan mengunggah foto produk agar dapat menjangkau kalangan secara luas, serta melayani pembelian secara online melalui whatsapp.

Proses keputusan pembelian dimulai ketika konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan ke suatu produk yang diinginkan. Proses pembelian menjelaskan mengapa seseorang lebih baik suka, pilih dan beli produk dengan merek tertentu. Proses keputusan pembelian meliputi : lima langkah yaitu pengenalan masalah, penelitian informasi, mengevaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan ulasan pasca pembelian.

Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya jadi dan informasi pemasar dan sampai.

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Rini Fitriani “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Pada Toko Emas Budi Banjaran” (2021) menunjukkan bahwa analisis regresi linear melalui uji F diperoleh bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marghie Mesthia Makaleuw, Jacky S. B. Sumarauw, Imelda W. J. Ogi “Pengaruh Cita Merek, Fitur dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi PT. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado)” (2018) menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Sinna Muti Pratiwi, Abdurrahman Sang dan Netti Natarida Marpaun “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Kalimantan” (2022) menunjukkan bahwa pada variabel dependent promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel independent keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas dengan latar belakang masalah maka, peneliti ingin meneliti lebih lanjut serta menulisnya dalam penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Tampilan Toko, dan Promosi**

Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Atlantis Gold PTC Mall Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Tampilan Toko dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Atlantis Gold PTC Mall Palembang berpengaruh secara parsial?
2. Bagaimana Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Tampilan Toko dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Atlantis Gold PTC Mall Palembang berpengaruh secara parsial?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian merupakan bingkai penelitian yang menggambarkan batasan penelitian, mempersempit permasalahan dan membatasi area penelitian agar penelitian dapat terarah dengan tepat dan dapat mengatasi terjadinya penyimpangan-penyimpangan pada penyusunan tugas akhir ini, maka harus ada batasan yang jelas dalam ruang lingkup penelitian yaitu mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Tampilan Toko dan Promosi terhadap keputusan pembelian di Toko Atlantis Gold PTC Mall Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Tampilan Toko dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Atlantis Gold PTC Mall Palembang berpengaruh secara parsial.

2. Untuk menganalisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Tampilan Toko dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Atlantis Gold PTC Mall Palembang berpengaruh secara simultan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu :
Dapat memberikan informasi, gambaran dan referensi bagi penelitian selanjutnya terkait pengaruh harga, kualitas produk, tampilan toko dan promosi terhadap keputusan pembelian sehingga dapat menjadi sarana bahan bacaan serta pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Bagi Peneliti Manfaat yang dapat diperoleh bagi peneliti yaitu sebagai aplikasi dari keilmuan yang diperoleh sekaligus menambah referensi.
- b. Bagi Perusahaan Manfaat yang dapat diperoleh bagi perusahaan yaitu dapat menjadi referensi atau masukan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan melalui informasi yang didapat dari penelitian ini.
- c. Bagi Pembaca (Peneliti Lainnya) Manfaat yang dapat diperoleh bagi pembaca (peneliti lainnya) yaitu dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Penulis akan membahas tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulis akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori yang yang berhubungan dengan penelitian ini, kemudian dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis untuk memperjelas maksud dari peneliti dan membantu dalam berfikir secara logis dan hipotesis yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Penulis akan membahas metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan membahas tentang pengolahan data yang telah diperoleh berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti oleh penulis. Bab ini terdiri dari gambaran umum, objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis akan menyimpulkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan penulis akan memberikan saran kepada perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Alam, W. Y. (2023). *Manajememn Bisnis*. Jejak Pustaka.
- Andrian. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Iye (ed.)). Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Arif rahman. (2011). *Investasi Cerdas*. Gagas Media.
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis-Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Penerbit Andi.
- Berlianita Nurazizah Cahyasetiyadin, Asminah Rachmi(2021). Pengaruh gaya hidup, harga, dan variasi produk terhadap minat beli emas di galeri Azizah
- Christian, N. (2021). *Faktor Situasional, Atmosfit toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Implusif Konsumen*.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Marghie Mesthia Makaleuw Jacky S. B. Sumarauw Imelda W. J. Ogi (2018). PENGARUH CITRA MEREK, FITUR DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PT. GEMILANG EMAS INDONESIA CABANG MANADO)
- Norfaif 2020. *Manajemen Data Menggunakan SPSS*. Kalimantan Selatan: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary
- Sinna Muti Pratiwi, Abdurrahman Sang , Netti Natarida Marpaung (2022). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TABUNGAN EMAS PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG KALIMALANG
- Siti Khulwaniatur Risya, Aida Sari, Dwi Asri Siti Ambarwati (2023). The Influence of Promotion and Reputation on Purchase Decisions of Pegadaian Gold Saving Products (Study on Customers of Syariah Gold Savings Account, Pegadaian Syariah Bandar Lampung Branch)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan :Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dam R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN MANEJEMEN* (Setiyawami (Ed.); 6th ed.). CV. ALFABETA

Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian Keuangan*. CV. ALFABETA.

Sugiyono. Prof. Dr. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D* (S. D. Ir. (ed.); 2nd ed.). Alfabeta

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (Ed.); 2nd ed.). CV ALFABETA.

Tita Rizky Arfidiana, Drs. I Ketut Surabagiarta S.E.,M.M (2019). Pengaruh diferensiasi produk dan harga terhadap minat beli konsumen toko emas garuda kabupaten kediri (2019)