

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI PADA FORE COFFEE BANJARBARU)**



Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

MUHAMMAD AGHNIYA PUTRA JAYA

2210312110024

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2026

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI PADA FORE COFFEE BANJARBARU)**

**MUHAMMAD AGHNIYA PUTRA JAYA
2210312110024**

**SKRIPSI Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026**

LEMBAR LEGALITAS

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI PADA FORE COFFEE BANJARBARU)

Nama : Muhammad Aghniya Putra Jaya

NIM : 2210312110024

disetujui

Pembimbing,

Drs. H. Imam Suharto, MM
NIP. 196603301993031002

Penguji I

Penguji II

Arief Budiman, S.E., M.Mktg., Ph.D.
NIP. 197601222000121001

H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA
NIP. 197002091993031003

Diketahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat

Abdul Hadi S.E., M.Si
NIP. 197007072005011001

Tanggal lulus :

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Muhammad Aghniya Putra Jaya
NIM : 2210312110024
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi
pada Fore Coffee Banjarbaru)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Rabu, 1 Juli
Waktu Ujian : 11.00 – 13.00 WITA
Tempat Ujian : Sidang 1 Gedung PG

Tim Penguji

Pembimbing : Drs. H. Imam Suharto, MM (.....)

Penguji I : Arief Budiman, S.E., M.Mktg., Ph.D. (.....)

Penguji II : H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA (.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Muhammad Aghniya Putra Jaya
NIM : 2210312110024
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN (STUDI PADA FORE COFFEE
BANJARBARU)

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Rabu, 1 Juli 2026
Waktu Ujian : 11.00 s.d. 13.00 WITA
Tempat Ujian : Sidang 1 Gedung PG

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji.
Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan.

Banjarmasin, 1 Juli 2026

Mahasiswa,

Dosen Pembimbing,

Muhammad Aghniya Putra Jaya
NIM. 2210312110024

Drs. H. Imam Suharto, MM
NIP. 196603301993031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat

Abdul Hadi S.E., M.Si
NIP. 197007072005011001

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Banjarmasin, 1 Juli 2026

No : -
Hal : Persetujuan Perbaikan Skripsi
Lampiran : 3 (tiga) surat asli

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
di tempat

Sehubungan dengan hasil ujian skripsi dan saran perbaikan skripsi yang diberikan oleh dosen penguji, maka saya atas nama:

Nama : Muhammad Aghniya Putra Jaya
NIM : 2210312110024
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN (STUDI PADA FORE COFFEE
BANJARBARU)
Tanggal Ujian : _____

Nama/NIP Dosen	Jabatan	Tanggal Disetujui	Tanda Tangan
Drs. H. Imam Suharto, MM NIP. 196603301993031002	Pembimbing		

Menyatakan bahwa benar telah melakukan perbaikan skripsi dengan benar dan sesuai saran yang diberikan pada saat ujian skripsi dan diketahui oleh Dosen Pembimbing dan diberikan persetujuan untuk melanjutkan proses administrasi selanjutnya.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Yang membuat,
Mahasiswa

Muhammad Aghniya Putra Jaya
NIM. 2210312110024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Aghniya Putra Jaya
NIM : 2210312110024
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Judul : "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN (Studi pada Fore Coffee Banjarbaru)"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dicantumkan sebagai kutipan/acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber kutipan/acuan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil jiplakan, plagiat maupun manipulasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan tanpa paksaan dari siapapun.

Banjarmasin, 2026

Yang membuat pernyataan,

Materai Rp10.000,00

Muhammad Aghniya Putra Jaya

NIM. 2210312110024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Fore Coffee Banjarbaru)". Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabat beliau.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
2. Ibu Abdul Hadi S.E.,M.Si selaku Koordinator Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Drs. Imam Suharto, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.

5. Bapak Arief Budiman, S.E., M.Mktg., Ph.D. selaku Dosen Penguji I yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.
6. Bapak H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA selaku Dosen Penguji II yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.
7. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis, mendidik, membimbing serta memberikan motivasi kepada penulis.
8. Kepada Bunda dan Ayah yang telah memberikan doa, dukungan baik moral maupun material serta semangat yang tiada henti selama menjalani pendidikan dan penyusunan skripsi ini.
9. Manajemen dan seluruh karyawan Fore Coffee Banjarbaru yang telah memberikan izin dan kemudahan dalam pelaksanaan penelitian ini.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan moral maupun material yang tidak ternilai.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2022 atas semangat, bantuan, dan kebersamaan yang telah diberikan selama menempuh pendidikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Banjarmasin,.....2026

Penulis,

Muhammad Aghniya Putra Jaya

NIM. 2210312110024

ABSTRAK

Muhammad Aghniya Putra Jaya. 2026. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Fore Coffee Banjarbaru)*. Pembimbing: Drs. H. Imam Suharto, MM; Arief Budiman, S.E., M.Mktg., Ph.D.; H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Fore Coffee Kota Banjarbaru. Pertumbuhan industri kopi yang pesat di Kalimantan Selatan, khususnya di Banjarbaru, mendorong persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha kedai kopi. Pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi sangat penting bagi manajemen Fore Coffee dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif asosiatif yang dilaksanakan di Fore Coffee Banjarbaru. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Fore Coffee Banjarbaru. Mengingat jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti (infinite population), penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow et al. (1997) dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 5%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden, ditemukan indikasi bahwa kualitas produk, harga, dan promosi di Fore Coffee Banjarbaru masih memerlukan perhatian dan perbaikan dari pihak manajemen. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa dimensi daya saing harga memperoleh penilaian tertinggi, sementara dimensi keterjangkauan harga mendapatkan nilai terendah, mengindikasikan adanya kesenjangan antara daya beli konsumen lokal dengan positioning harga premium Fore Coffee. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran serta kontribusi praktis bagi manajemen Fore Coffee Banjarbaru dalam meningkatkan strategi kualitas produk, penetapan harga, dan efektivitas promosi guna mendorong keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, Fore Coffee*

ABSTRACT

Muhammad Aghniya Putra Jaya. 2026. *The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Consumer Purchase Decisions (Study at Fore Coffee Banjarbaru)*. Advisor: Drs. H. Imam Suharto, MM; Arief Budiman, S.E., M.Mktg., Ph.D.; H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA

This study aims to analyze the effect of product quality, price, and promotion on consumer purchase decisions at Fore Coffee in Banjarbaru City. The rapid growth of the coffee industry in South Kalimantan, particularly in Banjarbaru, has intensified competition among coffee shop businesses. Understanding the factors that influence consumer purchase decisions is critical for Fore Coffee management in designing effective marketing strategies.

This study employed a quantitative approach with a descriptive-associative research design conducted at Fore Coffee Banjarbaru. The research population consisted of all consumers who had made purchases at Fore Coffee Banjarbaru. Given that the exact population size could not be determined (infinite population), the sample size was calculated using the Lemeshow et al. (1997) formula with a 95% confidence level and a 10% margin of error, yielding a total sample of 100 respondents. A purposive sampling technique was applied. Data were collected through Likert-scale questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis with the SPSS software.

Based on a research result of 100 respondents, findings indicated that product quality, price, and promotion at Fore Coffee Banjarbaru still required management attention and improvement. Descriptive analysis revealed that the price competitiveness dimension received the highest rating, while price affordability received the lowest score, suggesting a gap between local consumers' purchasing power and Fore Coffee's premium pricing position. This study is expected to contribute to the development of marketing management knowledge and provide practical insights for Fore Coffee Banjarbaru management in improving product quality strategies, pricing policies, and promotional effectiveness to drive consumer purchase decisions.

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision, Fore Coffee*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR LEGALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PRAKATA.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kualitas Produk.....	11
2.1.1 Definisi.....	11
2.1.2 Tujuan dan Fungsi Kualitas Produk	11
2.1.3 Indikator Kualitas Produk	14
2.2 Harga	17

2.2.1 Definisi.....	17
2.2.2 Tujuan dan Fungsi Harga	17
2.2.3 Indikator Harga	19
2.3 Promosi	21
2.3.1 Definisi.....	21
2.3.2 Tujuan dan Fungsi Promosi.....	21
2.3.3 Indikator Promosi.....	23
2.4 Keputusan Pembelian.....	25
2.4.1 Definisi.....	25
2.4.2 Tujuan dan Fungsi Keputusan Pembelian	25
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	27
2.5 Penelitian Terdahulu.....	29
2.6 Pengaruh Antar Variabel	33
2.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	33
2.6.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	35
2.6.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	37
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	39
3.1 Kerangka Konseptual	39
3.2 Hipotesis Penelitian.....	41
3.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	41
3.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	42
3.2.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	43
BAB IV METODE PENELITIAN.....	44
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	44
4.2 Jenis Penelitian.....	44
4.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44

4.4	Populasi dan Sampel	44
4.4.1	Populasi.....	44
4.4.2	Sampel.....	45
4.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
4.6	Jenis dan Sumber Data	48
4.6.1	Data Primer	48
4.6.2	Data Sekunder	49
4.7	Teknik Pengumpulan Data	49
4.7.1	Kuesioner	50
4.7.2	Studi Dokumentasi	51
4.8	Teknik Analisis Data	51
4.8.1	Analisis Deskriptif.....	52
4.8.2	Uji Kualitas Data.....	52
4.8.3	Uji Asumsi Klasik	53
4.8.4	Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.8.5	Uji Hipotesis	55
4.8.6	Uji Koefisien Determinasi / R^2	56
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	57
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	57
5.2	Gambaran Umum Responden	58
5.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	61
5.4	Uji Kualitas Data.....	65
5.4.1	Uji Validitas.....	65
5.4.2	Uji Reliabilitas	70
5.5	Uji Asumsi Klasik	72
5.5.1	Uji Normalitas.....	72

5.5.2 Uji Multikolinearitas	75
5.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	77
5.6 Analisis Regresi Linear Berganda	80
5.7 Uji Hipotesis	84
5.7.1 Uji t (Uji Parsial).....	84
5.7.2 Uji F (Uji Simultan)	93
5.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	97
5.8 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	99
5.9 Pembahasan.....	101
5.9.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .	101
5.9.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	105
5.9.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	108
5.9.4 Pengaruh Simultan terhadap Keputusan Pembelian	111
BAB VI PENUTUP	114
6.1 Kesimpulan	114
6.2 Saran.....	116
6.2.1 Saran bagi Manajemen Fore Coffee Banjarbaru	116
6.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Survei Awal Kualitas Produk Fore Coffee.....	2
Tabel 1.2	Data Survei Awal Harga Fore Coffee.....	3
Tabel 1.3	Data Survei Awal Promosi Fore Coffee	4
Tabel 1.4	Data Survei Awal Keputusan Pembelian Fore Coffee.....	5
Tabel 4.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	47
Tabel 5.1	Karakteristik Demografis Responden (Jenis Kelamin).....	58
Tabel 5.2	Karakteristik Demografis Responden (Usia)	58
Tabel 5.3	Karakteristik Demografis Responden (Pekerjaan).....	58
Tabel 5.4	Karakteristik Demografis Responden (Frekuensi Kunjungan)	58
Tabel 5.5	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	61
Tabel 5.6	Analisis Deskriptif Per Dimensi Variabel Penelitian	62
Tabel 5.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	65
Tabel 5.8	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	67
Tabel 5.9	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	68
Tabel 5.10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
Tabel 5.11	Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel Penelitian	72
Tabel 5.12	Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov)	73
Tabel 5.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 5.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	77
Tabel 5.15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	80
Tabel 5.16	Hasil Uji t (Uji Parsial) Masing-Masing Variabel.....	84
Tabel 5.17	Hasil Uji F (Uji Simultan) — ANOVA	93
Tabel 5.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model Summary)	97
Tabel 5.19	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Struktur Organisasi Fore Coffee Banjarbaru.....	6
Gambar 1.2	Survei Awal Penelitian di Fore Coffee	7
Gambar 3.1	Kerangka Konseptual Penelitian	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Tabel Critical Review Artikel Jurnal.....	128
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian	138
Lampiran 3	Tabulasi Data Hasil Kuesioner.....	144