

TUGAS AKHIR

PENGARUH KUALITAS PRODUK ,POTONGAN HARGA,SOSIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MERK ID-COOLING

**(Studi Kuantitatif Pada Distributor Pendingin Merk ID-
Cooling PT Berlian Cahaya Teknologi)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Sarjana Ekonomi
Universitas Narotama Surabaya*



Oleh :

ABDUR ROZAK

NIM : 01221006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA
TAHUN 2025**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN PADA HARI RABU,
TANGGAL 23 FEBRUARI 2025

Judul Tugas Akhir

**PENGARUH KUALITAS PRODUK ,POTONGAN HARGA,SOSIAL
MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PRODUK MERK ID-COOLING**

**(Studi Kuantitatif Pada Distributor Pendingin Merk ID-Cooling PT
Berlian Cahaya Teknologi)**

Disusun Oleh : **Abdur Rozak**
NIM : 01221006
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Manajemen
Perguruan Tinggi : **Universitas Narotama Surabaya**
Dihadapan Team Penguji :

1. Dr. Sengguruh Nilowardono,S.E, M.Si

(.....)

2. Drs. Ec. R. Agus Baktiono M.M

(.....)

3. Elok Damayanti, S.E., M.M.

(.....)

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**PENGARUH KUALITAS PRODUK ,POTONGAN HARGA,SOSIAL
MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PRODUK MERK ID-COOLING
(Studi Kuantitatif Pada Distributor Pendingin Merk ID-Cooling PT
Berlian Cahaya Teknologi)**

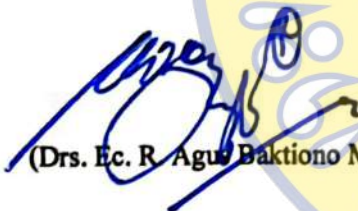
DIAJUKAN OLEH:

Abdur Rozak

01221006

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,


(Drs. Ec. R. Agus Baktiono M.M.)

TANGGAL 16 MARET 2025

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(Dr. Sengguruh Nilowardono, S.E., M.Si)

TANGGAL 16 MARET 2025.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdur Rozak
NIM : 01221006
Fakultas : Ekonomi Bisnis
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK ,POTONGAN HARGA,SOSIAL
MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PRODUK MERK ID-COOLING**

**(Studi Kuantitatif Pada Distributor Pendingin Merk ID-Cooling PT
Berlian Cahaya Teknologi)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Pembuat Pernyataan,

Surabaya, 20 Maret 2025



Abdur Rozak

01221006

**HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdur rozak

NIM : 01221006

Fakultas : Ekonomi dan bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK ,POTONGAN HARGA,SOSIAL MEDIA
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PRODUK MERK ID-COOLING PT BERLIAN CAHAYA TEKNOLOGI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Maret 2025

Yang menyatakan

(Abdur Rozak)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga, Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk ID-Cooling (Studi Kasus Pada Distributor ID-Cooling PT Berlian Cahaya Teknologi) Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama. Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada :

1. Orang tua dan kakak saya Ibu Sukiati dan Rafika Arifin yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya.
2. Bapak I Gede Arimbawa, S.E., M.M. selaku Kepala Prodi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
3. Bapak Prof. Dr. Soebandi, SE., AK., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Dr. Agus Sukoco, ST., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak Drs. Ec. R. Agus Baktiono M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.

6. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman Universitas Narotama, sahabat-sahabat saya sekaligus teman seperjuangan. Terima kasih atas dukungan, pengertian, doa, serta telah memberi masa kuliah yang berkesan yang tidak akan pernah terlupakan.
8. Keluarga Almarhum Bapak Sutarjo tercinta yang tiada hentinya memberikan do'a, motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
9. Pasangan saya Noviatu sholihah yang telah memberi semangat dan dorongan dalam proses penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 16 Maret 2025

Abdur Rozak

ABSTRAK

Tujuan : Untuk mengetahui apakah kualitas produk, diskon harga dan pemasaran media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek ID-Cooling di PT Berlian Cahaya Teknologi.**Metode:** Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. diolah dengan IBM SPSS Statistics 27. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan tetap.**Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, diskon harga dan pemasaran media sosial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen merek ID Colling baik secara parsial maupun simultan. Secara khusus, pemasaran media sosial yang efektif memiliki pengaruh yang kuat dan meningkatkan keputusan pembelian. Pemasaran media sosial dalam lingkup kegiatan pemasaran, layanan pelanggan, penjualan, dan hubungan masyarakat dalam lingkup jejaring sosial, dapat memfasilitasi dan meningkatkan keputusan pembelian.**Implikasi praktis:** Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya meningkatkan strategi pemasaran dalam aspek Kualitas produk, diskon harga, pemasaran media sosial untuk meningkatkan keputusan pembelian rutin.**Keterbatasan/implikasi penelitian:** Penelitian ini menguji pengaruh kualitas produk, diskon harga, pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian pendingin merek ID-Cooling di PT Berlian Cahaya Teknologi.**Orisinalitas/Nilai:** Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan penjualan pendingin merek ID-Cooling. literatur manajemen, khususnya di bidang pemasaran. Jenis kertas: Makalah penelitian.

Kata Kunci: kualitas produk, diskon harga, pemasaran media sosial dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Purpose : To find out whether product quality, price discounts and social media marketing have a significant influence on purchasing decisions for ID-Cooling brand products at PT Berlian Cahaya Teknologi.**Method:** The analysis technique used in this research is multiple linear regression, processed with IBM SPSS Statistics 27. The sampling technique used in this research was saturated sampling. The type of research used was quantitative by distributing questionnaires to 100 respondents who were regular customers.**Findings:** The research results show that the three independent variables, namely product quality, price discounts and social media marketing, have an influence on purchasing decisions for consumers of the Id Colling brand, both partially and simultaneously. In particular, effective social media marketing has a powerful effect and improves purchasing decisions. Social media marketing within the scope of marketing activities, customer service, sales, and public relations within the scope of social networks, can facilitate and improve purchasing decisions.**Practical implications:** This study underlines the importance of improving marketing strategies in these aspects Product quality, price discounts, social media marketing to increase regular purchasing decisions.**Research limitations/implications:** This research examines the influence of product quality, price discounts, social media marketing on purchasing decisions for ID-Cooling brand coolers at PT Berlian Cahaya Teknologi.**Originality/Value:** This research provides a significant contribution to increasing sales of ID-Cooling brand coolers.management literature, especially in the field of marketing.

Paper type: Research paper

Keyword: product quality, price discounts, social media marketing and purchasing decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat	8
1.5 Batasan Masalah.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	1
2.1 Tinjauan Empiris.....	1
2.2 Matrik Penelitian Terdahulu	5
2.3 Tinjauan Teoritis	49

2.3.1 Kajian pustaka.....	49
2.3.2 Pengertian Pemasaran.....	49
2.3.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	50
2.3.4 Pengertian Bauran Pemasaran.....	51
2.3.5 Teori -Teori Variabel.....	52
2.6 Kerangka Berpikir	67
2.7 Hipotesis penelitian	68
BAB III METODE PENELITIAN	73
3.1 Pendekatan Penelitian	73
3.2 Populasi dan sampel	74
3.2.1 Populasi	74
3.2.2 Sampel	74
3.3 Jenis sumber dan teknik pengumpulan data	75
3.3.1 Jenis dan Sumber data	75
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	75
3.3.3 Pengukuran Variabel.....	76
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	76
3.4.1 Variabel Penelitian	76
3.4.2 Kualitas produk.....	77
3.4.3 Potongan harga.....	77

3.4.4	Sosial media marketing	78
3.4.5	Keputusan Pembelian	79
3.5	Desain dan instrumen penelitian.....	80
3.6	Teknik Teknik analisis data	83
3.7	Uji Instrumen	83
3.7.1	Uji Validitas	83
3.7.2	Uji Reliabilitas	84
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	84
3.8.1	Pengujian Multikolinearitas	84
3.8.2	Pengujian Heteroskedastisitas.....	85
3.8.3	Uji Normalitas.....	85
3.9	Pengujian Hipotesis.....	86
3.9.1	Analisis Uji Regresi Linier Berganda	87
3.9.2	Uji Parsial (Uji t)	88
3.9.3	Uji Simultan (Uji F).....	88
3.9.4	Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R ²)	89
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		91
4.1	Gambaran umum obyek penelitian	91
4.1.1	Sejarah dan Profil PT.Berlian Cahaya Teknologi.....	91
4.1.2	Sejarah dan Profil Brand ID-Cooling.....	92

4.1.3	Visi dan Misi PT.Berlian Cahaya Teknologi.....	93
4.1.4	Struktur organisasi.....	93
4.2	Distribusi karakteristik responden	94
4.2. 1	Profil Responden	94
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	95
4.3	Hasil Data Analisis	101
4.3.1	Uji Instrumen.....	101
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	105
4.3.4	Uji Hipotesis.....	112
4.4	Pembahasan.....	117
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk dengan Keputusan Pembeli Konsumen Produk Merk Id-Cooling	117
4.4.3	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> dengan Keputusan Pembeli Konsumen Produk Merk Id-Cooling	119
4.4.4	Pengaruh kualitas produk, potongan harga dan <i>media social marketing</i> terhadap Keputusan Pembeli Konsumen Produk Merk Id- Cooling.....	121
BAB V		123
BAB V	PENUTUP	123
5.1	Kesimpulan	123

5.2 Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	126

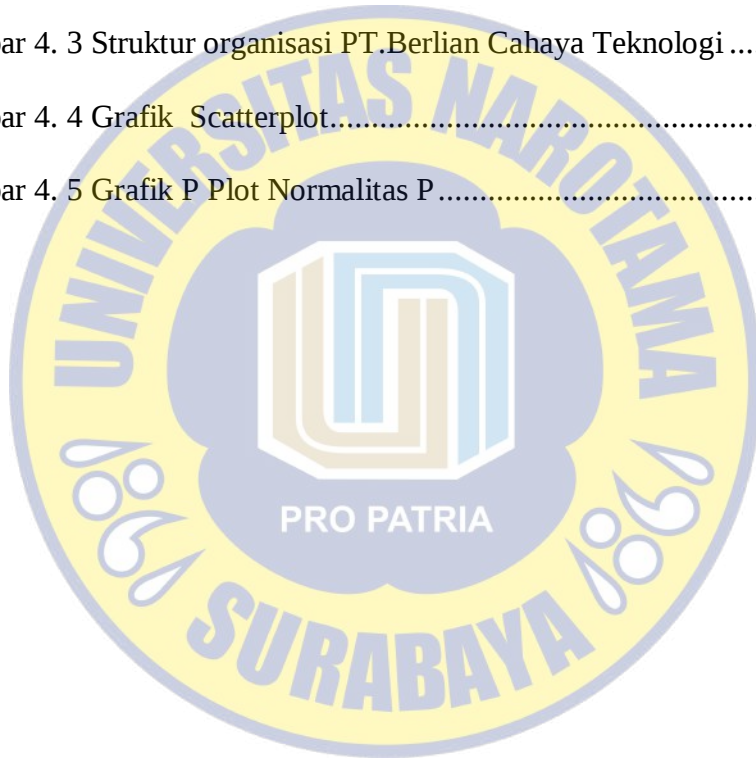


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persaingan Produk Cooler PC yang ada di pasaran	2
Tabel 1. 2 Kinerja Penjualan idcooling Perioode Tahun 2024 Kinerja Penjualan idcooling Periode Tahun 2024.....	4
Tabel 2. 1 Matrix penelitian	5
Tabel 3. 1 Desain dan instrumen penelitian	83
Tabel 4. 1 Karakteritik responden berdasarkan jenis kelamin	94
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden Berdasarkan Usia.....	95
Tabel 4. 3 Keterangan Kriteria Kategori.....	96
Tabel 4. 4 Tabel Distribusi Frekuensi kualitas produk	96
Tabel 4. 5 Tabel Distribusi Frekuensi variabel potongan harga	98
Tabel 4. 6 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Social Media Marketing	99
Tabel 4. 7 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembeli.....	100
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	102
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	104
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas dengan metode VIF	105
Tabel 4. 11 Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov	108
Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linear.....	110
Tabel 4. 13 Tabel Uji T	113
Tabel 4. 14 Tabel Uji F	115
Tabel 4. 15 Tabel Uji Koefisien Determinasi.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian	68
Gambar 4. 1 PT Berlian Cahaya Teknologi	91
Gambar 4. 2 Logo Brand ID-Cooling	92
Gambar 4. 3 Struktur organisasi PT.Berlian Cahaya Teknologi	94
Gambar 4. 4 Grafik Scatterplot.....	107
Gambar 4. 5 Grafik P Plot Normalitas P	108



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata.....	128
Lampiran 2 Lembar bimbingan skripsi	129
Lampiran 3 Hasil plagiasi.....	130
Lampiran 4 Lembar Kuisioner	131
Lampiran 5 Rekapitulasi Hasil Jawaban responden	135
Lampiran 6 Hasil Analisis Frekuensi Data.....	142
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas.....	144
Lampiran 8 Hasil Uji Reabilitas	148
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas.....	149
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	150
Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastitas.....	151
Lampiran 12 Hasil Uji t.....	152
Lampiran 13 Hasil Uji F.....	153
Lampiran 14 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	154
Lampiran 15 Sertifikat Internasional Conference.....	155
Lampiran 16 Sertifikat Toefl	156
Lampiran 17 LSP 1	157
Lampiran 18 LSP 2	158
Lampiran 19 Perijinan Penelitian	159