

**HUBUNGAN PROMOSI, HARGA DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu
angkatan tahun 2021-2023)**

SKRIPSI

*Skripsi Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai
Gelar Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen*

Disusun Oleh :

AYU ANISA RIYADI

2021306301051



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

HUBUNGAN PROMOSI, HARGA DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu angkatan tahun 2021-2023)

Ayu Anisa Riyadi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan promosi, harga, dan keputusan pembelian produk Oriflame (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringswu angkatan tahun 2021-2023)

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 77 mahasiswa sebagai sampel yang dipilih menggunakan teknik probability sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi. Hasil perhitungan uji t X1 $t_{hitung} 4,790 > t_{tabel} 1,993$ dengan sig sebesar 0,001, uji t X2 $t_{hitung} 4,996 > t_{tabel} 1,993$ dengan sig sebesar 0,000. Pengujian secara simultan (uji-F), terlihat bahwa $F_{hitung} 167,338 > F_{tabel} 3,122$ dengan sig sebesar 0,000. Angka Adjusted R Square sebesar 81,4% menunjukkan adanya intensitas promosi harga dan Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya 18,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini adalah Promosi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, harga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Promosi dan Harga memiliki hubungan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN PROMOTION, PRICE, AND PURCHASE DECISION OF ORIFLAME PRODUCTS

**(Case Study on Students of the Faculty of Economics and Business,
Muhammadiyah University of Pringsewu, Class of 2021–2023)**

Ayu Anisa Riyadi
Faculty of Economics and Business

This study aims to analyze the relationship between promotion, price, and purchase decision of Oriflame products (a case study on students of the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Pringsewu, class of 2021–2023).

This research uses a quantitative method with a survey approach. Data was collected through questionnaires distributed to 77 students selected using probability sampling techniques. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The data collection tools used were questionnaires and documentation. The results of the t-test show that X1 (Promotion) has a t-value of $4.790 > t\text{-table } 1.993$ with a significance value of 0.001 , and X2 (Price) has a t-value of $4.996 > t\text{-table } 1.993$ with a significance value of 0.000 . The simultaneous test (F-test) shows that the F-value is $167.338 > F\text{-table } 3.122$ with a significance value of 0.000 . The Adjusted R Square value of 81.4% indicates the intensity of the relationship between promotion, price, and purchase decision. The remaining 18.6% is explained by other factors not examined in this study.

The results of this study indicate that promotion has a positive and significant relationship with purchase decision, price has a positive and significant relationship with purchase decision, and promotion and price have a simultaneous relationship with purchase decision.

Keywords: Promotion, Price, Purchase Decision

HALAMAN PERSETUJUAN

Hubungan Promosi, Harga Dan Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringswu angkatan tahun 2021-2023)

SKRIPSI

Disusun Oleh

AYU ANISA RIYADI

2021306301051

Mengetahui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Sapto Yuwono, S.Pd.,M.M.
NIDN : 8803810016

Dewi Mariam Widiningsih, S.E.,M.M.
NIDN :0219088804

Ketua Program Studi Manajemen

Dhel Juni Pasha, S.E.,M.M.
NIDN : 0210109202

HALAMAN PENGESAHAN PENELITIAN

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : Fatoni, S.E., M.M.

Penguji I : Sapto Yuwono, S.Pd., M.M.

Penguji II : Dewi Mariam Widiniam,
S.E., M.M.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu



Sapta Saptadani, S.E., M.M.



Tanggal Lulus Ujian : 14 mei 2025

fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Anisa Riyadi
NPM : 2021306301051
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri dan tidak mempunyai persamaan dengan skripsi lain.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Apabila pernyataan ini tidak benar, maka akan mendapat sanksi dari pihak pimpinan Fakultas.

Pringsewu, 14 Mei 2025

Yang membuat pernyataan

Materai 10000

Ayu Anisa Riyadi
NPM 2021306301051

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Anisa Riyadi

NPM : 2021306301051

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Judul : **Hubungan Promosi, Harga Dan Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringswu angkatan tahun 2021-2023)**

Guna pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui memberikan artikel saya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM), Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung, tanpa menuntut untuk ganti rugi berupa materi atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Hubungan Promosi, Harga Dan Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringswu angkatan tahun 2021-2023)”

Dengan surat pernyataan ini, LPPM Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung berhak menyimpan, mengalih mediakan dalam bentuk format yang lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak atas karya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Pringsewu
Pada tanggal : 14 Mei 2025

Yang menyatakan,

Ayu Anisa Riyadi
NPM 2021306301051

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, rezeki, dan keberkahan dalam setiap langkah, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Saya sendiri Ayu Anisa Riyadi, Sebuah hadiah kecil untuk diri sendiri yang, telah bertahan, belajar dan berusaha sampai detik ini untuk menjadi lebih baik disetiap harinya, air mata, dan perjuangan tidaklah sia-sia.
2. Keluarga tercinta: Khususnya Ayahanda Mulyadi, Ibunda Sri Artati, Abang saya Restu Riyadi dan Uni saya Resti Riyadi, sumber cinta dan doa yang tiada henti mengiringi. Terimakasih atas pengorbanan, keikhlasan dan kasih sayang yang tak terukur.
3. Keluarga Besar alm. Datuk H. Syamsir dan almh. Nenek Hj. Ajisma Syarinah, pakwo, makwo, mete, etek, om, bunda, sepupu-sepupu saya abang-abang, uni-uni dan adik-adik saya.
4. Sahabat saya 4 Ever Young: Ayunita, Nifka, Evina yang selalu menemani disetiap perjalanan saya, yang telah menjadi tempat keluh kesah, dan *support system* bagi saya.
5. Teman – teman Seperjuangan di Ikatan: Anjumi, Bilqis, Arum, Imroatun, Sekar, Fatonatul, Risa, Syahbina, Devia. Terima kasih telah hadir bukan hanya dalam tawa, tetapi juga dalam tangis dan perjuangan, selalu menjadi penyemangat serta tempat berbagi cerita.
6. Kawan saya: Radika kawan berangkat kuliah, Eka kawan bimbingan
7. Senior – senior Kanda dan Yunda : Kak Oki Bintang, Kak Jaya, Kak Wahid, Kak Fadillah. Terima kasih untuk setiap bimbingan, ilmu, dan motivasi yang telah diberikan, serta menunjukkan bahwa perjalanan ini bisa dilalui dengan semangat dan ketulusan.
8. Keluarga Besar PC IMM Pringsewu, adik-adik tercinta PK IMM FEB, dan HIMA-MEN. Tempat dimana saya belajar tentang kebersamaan,

kepemimpinan, dan tanggung jawab. Terima kasih telah menjadi rumah yang penuh ilmu, pengalaman, dan inspirasi.

9. Manajemen A angkatan 21 dan almahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung



MOTTO

-Let It Flow-

(Ayu Anisa Riyadi)



RIWAYAT HIDUP

Ayu Anisa Riyadi lahir di Teluk Betung pada tanggal 7 Januari 2003, anak ketiga dari pasangan Bapak Mulyadi dan Ibu Sri Artati.

Riwayat pendidikan yang ditempuh :

1. TK 'Aisyiyah Bustanul Athfal Pardasuka 2008-2009
2. SD Negri 1 Pardasuka 2009-2015
3. SMP Negri 1Pardasuka 2015-2018
4. SMA Muhammadiyah 1 Pringsewu 2018-2021
5. Universitas Muhammadiyah Pringsewu 2021-Sekarang



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan proposal penelitian yang berjudul **“Hubungan Promosi, Harga Dan Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu angkatan tahun 2021-2023)”** dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Maksud dan tujuan penyusunan proposal penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Manajemen. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung. Peneliti menyadari bahwa penyusunan proposal penelitian ini dari awal hingga akhir tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan terimakasih yang tulus kepada:

1. Ns. Arena Lestari, M.Kep.,Sp.Kep.J.,Ph.D. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
2. Atmi Saptarini, S.E.,M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
3. Fatoni, S.E.,M.M. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
4. Dhel Juni Pasya, S.E, M.M. Selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

5. Sapto Yuwono, S.Pd.M.M. Selaku dosen pembimbing satu yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan pengarahan selama penulisan skripsi ini.
6. Dewi Mariam Widiniarsih, S.E.M.M. Selaku dosen pembimbing dua yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan pengarahan selama penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan banyak pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti.
8. Distributor Oriflame.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menyadari keterbatasan yang ada, peneliti menerima kritik dan saran untuk perbaikan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua yang memerlukannya.

Pringsewu, 14 Mei 2025
Peneliti,

Ayu Anisa Riyadi
NPM 2021306301051

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASITUGAS	vii
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	viii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui:	6
D. Ruang Lingkup Peneliatian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI	8
A. Keputusan Pembelian.....	8
B. Kerangka Pikir	34
C. Hipotesis.....	35
BAB III.....	36
METODELOGI PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Definisi Operasional Variabel.....	36
C. Populasi dan Sampel	45

D. Metode Pengumpulan Data.....	46
E. Instrument Penelitian.....	47
F. Teknik Analisis Data	62
BAB IV.....	68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	68
B. Pembahasan Hasil Penelitian	70
C. Hasil Analisis Data Penelitian.....	77
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
DAFTARPUSTAKA	90
Lampiran 5 jawaban Surat Izin Penelitian	100
Lampiran 6 Kuesioner.....	101
Lampiran 7 Data Tryout 10 Responden	116
Lampiran 8 Tabulasi Uji Tryout.....	117
Item-Total Statistics.....	158
Case Processing Summary.....	160
Item-Total Statistics.....	160
Lampiran 14 Uji Regresi Linier Berganda.....	164
Lampiran 15 Tabel r.....	165
Lampiran 16 Tabel t.....	166
Lampiran 17 Tabel f.....	167

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3. 2 Kisi- kisi Instrumen Penelitian	47
Tabel 3. 3 Skala Likert	54
Tabel 3. 4 Hasil uji vliditas butir instrumen promosi	56
Tabel 3. 5 Hasil uji validitas instrumen variabel harga	57
Tabel 3. 6 Hasil uji validitas instrumen variabel keputusan pembelian	59
Tabel 3. 7 Hasil uji reliabilitas	61
Tabel 3. 8 pedoman untuk memberikan intreprestasi koefisien.....	67
Tabel 4. 1 Hasil Dokumentasi	71
Tabel 4. 2 karakteristik responden	72
Tabel 4. 3 karakteristik responden berdasarkan semester.....	73
Tabel 4. 4 kategori interval kelas variabel X1	74
Tabel 4. 5 Tanggapan promosi pada produk Oriflame	74
Tabel 4. 6 Kategori Interval kelas Variabel X2.....	75
Tabel 4. 7 Tanggapan Harga pada produk Oriflame.....	75
Tabel 4. 8 Kategori Interval Kelas Variabel Y	76
Tabel 4. 9 Tanggapan Keputusan Pembelian	77
Tabel 4. 10 Hasil Uji koefisien regresi linier berganda	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji T.....	79
Tabel 4. 12 Hasil Uji f.....	81
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefesien Determinasi	82

