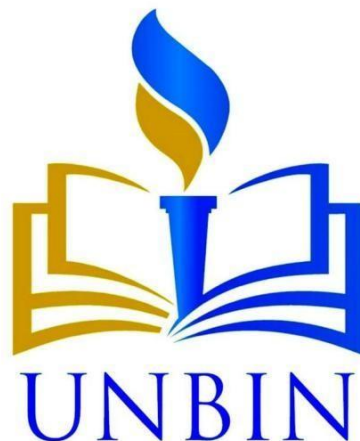


**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN HIJAB MAUVY.ID**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI  
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR**

**SARJANA MANAJEMEN**



**ANNISA AULIA**

**NPM S1-19200003**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA  
2024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

---

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**Nama : Annisa Aulia**  
**NPM : 19200003**  
**Judul : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap  
Keputusan Pembelian Hijab Mauvy.Id**

Tim Penguji:

**Dosen Pembimbing**

**Sumardjono, S.E., M.M.**

**Dosen Penguji I**

**Dosen Penguji II**

**Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.**

**Wartoyo Hadi, S.E., M.M.**

Mengetahui:

**Ketua Prodi**

**DEKAN**

**Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.**

**Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan izin-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Mauvy.id”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada program studi manajemen, program sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan bimbingan yang diberikan. Terima kasih kepada:

1. Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak. selaku Wakil Rektor I Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom. selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Yustiana Wardhani S.Hut,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Binaniaga Indonesia.
5. Sumardjono S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingannya dengan sangat baik.
6. Bapak/Ibu dosen serta seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang baik kepada peneliti.
7. Maulidya Aminarrahan S.Farm. selaku *owner* Mauvy.id yang telah memberikan izin agar produknya menjadi objek penelitian, serta berbagi ilmu dan pengalamannya.

8. Bapak Humeidi Fahmi dan Ibu Sri Purwati selaku kedua orangtua tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil selama proses penyusunan skripsi ini
9. Ka Reni Nofiandari, Ka Siti Wulandari, Ci Lucyana, Rucita Mayang Besti, Nurul Aeni Oktavia, Sonia Khairunnisa, dan Ayu Wulansari. Terima kasih atas do'a, dukungan, serta canda tawa yang telah menjadi penyemangat dan pelipur lelah selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Ponakan Online peneliti, Abe Tiktok yang walaupun tidak hadir secara langsung, kehadiran kalian lewat layar sering kali menjadi hiburan dan penyemangat di sela-sela proses penulisan skripsi ini.
11. Taylor Swift, Michael Learns to Rock, .Feast, Hindia, dan Lomba Sihir—lagu-lagu kalian telah menjadi teman setia dan penguat suasana selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh rekan mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia yang telah mendoakan dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Yang terakhir, untuk para cowok dari dating apps, terima kasih telah sempat hadir, walau hanya sebatas notifikasi dan percakapan singkat. Di tengah revisi dan deadline, kalian menjadi jeda kecil yang menyenangkan, meski akhirnya hanya menjadi distraksi, bukan destinasi dalam cerita ini.

Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan banyak pihak lainnya dalam rangka pengembangan pendidikan saat ini dan masa yang akan datang.

Bogor, Januari 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| KATA PENGANTAR.....                 | ii   |
| DAFTAR ISI .....                    | iv   |
| DAFTAR TABEL .....                  | vi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                  | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....               | ix   |
| BAB I PENDAHULUAN.....              | 1    |
| A. Latar Belakang.....              | 1    |
| B. Identifikasi Masalah.....        | 18   |
| C. Batasan Masalah .....            | 19   |
| D. Rumusan Masalah.....             | 19   |
| E. Tujuan Penelitian .....          | 19   |
| F. Manfaat Penelitian .....         | 20   |
| G. Sistematika Penulisan.....       | 21   |
| BAB II TINJAUAN PUSKATA .....       | 23   |
| A. Kajian Teori.....                | 23   |
| B. Penelitian Terdahulu .....       | 39   |
| C. Kerangka Pemikiran.....          | 49   |
| D. Hipotesis Penelitian .....       | 49   |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....  | 53   |
| A. Metode Penelitian .....          | 53   |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 54   |
| C. Variabel Penelitian.....         | 54   |
| D. Operasional Variabel.....        | 56   |
| E. Populasi dan Sampel .....        | 57   |
| F. Jenis dan Sumber Data .....      | 59   |
| G. Teknik Analisis Data.....        | 62   |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....   | 69   |
| A. Sejarah Perusahaan .....         | 69   |
| B. Pembahasan.....                  | 73   |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....     | 118  |
| A. Kesimpulan .....                 | 118  |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| B. Saran .....      | 119 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 120 |
| LAMPIRAN .....      | 122 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1 Persaingan Promosi Toko Hijab Sejenis .....                                          | 4  |
| Tabel 2 Variasi Hijab dan Harga .....                                                        | 5  |
| Tabel 3 Pesaingan Harga Hijab Sejenis .....                                                  | 6  |
| Tabel 4 <i>Gap Research</i> Penelitian Terdahulu .....                                       | 8  |
| Tabel 5 Pertimbangan Konsumen Dalam Memebeli Produk HIjab .....                              | 10 |
| Tabel 6 Hasil Pra-survei terkait Variabel Promosi Produk Hijab Mauvy.id .....                | 11 |
| Tabel 7 Hasil Pra-survei terkait Variabel Kualitas Produk Produk Hijab Mauvy.id<br>.....     | 12 |
| Tabel 8 Hasil Pra-survei terkait Variabel Harga Produk Hijab Mauvy.id .....                  | 14 |
| Tabel 9 Hasil Pra-survei terkait Variabel Keputusan Pembelian Produk Hijab<br>Mauvy.id ..... | 15 |
| Tabel 10 Penelitian Tedahulu .....                                                           | 39 |
| Tabel 11 Jadwal Penelitian .....                                                             | 54 |
| Tabel 12 Operasional Variabel .....                                                          | 56 |
| Tabel 13 <i>Skala Likert</i> .....                                                           | 61 |
| Tabel 14 Penelitian Interval Kelas .....                                                     | 62 |
| Tabel 15 Ringkasan Pedoman Umum Evaluasi Model Pengukuran dan Struktural<br>.....            | 68 |
| Tabel 16 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                             | 73 |
| Tabel 17 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                      | 74 |
| Tabel 18 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                 | 75 |
| Tabel 19 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat/Domisili .....                           | 75 |
| Tabel 20 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Mauvy.id .....                        | 76 |

|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 21 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y) .....  | 77  |
| Tabel 22 Distribusi Frekuensi Promosi (X1).....              | 83  |
| Tabel 23 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk (X2).....      | 91  |
| Tabel 24 Distribusi Frekuensi Harga (X3) .....               | 98  |
| Tabel 25 Hasil <i>Loading Factor</i> .....                   | 103 |
| Tabel 26 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> ..... | 105 |
| Tabel 27 Nilai <i>Cross Loading</i> .....                    | 105 |
| Tabel 28 Hasil Uji Reabilitas .....                          | 108 |
| Tabel 29 Hasil <i>R-Square</i> .....                         | 109 |
| Tabel 30 Hasil Uji Hipotesis .....                           | 111 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1 Perkembangan Penjualan Mauvy.id Tahun 2019- November 2024..... | 7   |
| Gambar 2 Kerangka Pemikiran .....                                       | 49  |
| Gambar 3 Inner Model .....                                              | 66  |
| Gambar 4 Logo Mauvy.id.....                                             | 71  |
| Gambar 5 Struktur Organisasi Mauvy.id .....                             | 71  |
| Gambar 6 Produk Mauvy.id.....                                           | 72  |
| Gambar 7 Hasil Pengujian Outer Loading .....                            | 102 |
| Gambar 8 Hasil Uji Hipotesis .....                                      | 110 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....                            | 123 |
| Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Mentah .....                      | 130 |
| Lampiran 3 Hasil <i>Outer Loading</i> .....                      | 139 |
| Lampiran 4 Hasil <i>Discriminant Validity</i> .....              | 141 |
| Lampiran 5 Hasil <i>Construct Reliability and Validity</i> ..... | 143 |
| Lampiran 6 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> .....              | 144 |