

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
BRAND LOKAL RUCAS DI BANDUNG**

Disusun Oleh

Iqbal Putra Ramadhan

8412223195

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana
Ekonomi dan Bisnis**

Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi



UNIVERSITAS INSAN CENDEKIA MANDIRI

BANDUNG

2026

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* *BRAND* LOKAL RUCAS DI BANDUNG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

DIAJUKAN OLEH :

Nama : Iqbal Putra Ramadhan
Nomor Induk Mahasiswa : 8412223195

UICM

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Risna Haryati, S.E., M.M

NIDN. 0426017502



Risna Haryati, S.E., M.M

NIDN. 0426017502

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
BRAND LOKAL RUCAS DI BANDUNG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana
Ekonomi
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

DISUSUN OLEH :

Nama : Iqbal Putra Ramadhan

NPM : 8412223195

Skripsi Ini
Disetujui Tanggal
Tanggal,.....

Oleh
Dosen Pembimbing



Risna Haryati, S.E., M.M

NIDN. 0426017502

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Indriana Damaianti, S.E., M.Ak., Ph.D

NIDN. 0405069203

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Risna Haryati, S.E., M.M

NIDN. 0426017502

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Iqbal Putra Ramadhan

NIM : 8412223195

Tanggal : 1 September 2026

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION BRAND* LOKAL RUCAS DI BANDUNG”

Adalah hasil karya saya sendiri bukan merupakan plagiasi dari karya orang lain dan benar keasliannya. Dalam penulisan skripsi ini, saya telah mengikuti kaidah ilmiah dan ketentuan yang berlaku di Universitas Insan Cendekia Mandiri.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap ketentuan ini, baik berupa plagiasi maupun kecurangan lainnya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku di Universitas Insan Cendekia Mandiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 1 September 2026



Iqbal Putra Ramadhan

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Iqbal Putra Ramadhan

Tempat Tanggal Lahir : Bandung 19 Januari 1998

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Brand* Lokal Rucas di Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Insan Cendekia Mandiri

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Bandung, 1 September 2026

Iqbal Putra Ramadhan

ABSTRAK

Persaingan industri *fashion* mendorong *brand* lokal meningkatkan kualitas produk, strategi promosi, keputusan pembelian konsumen. Penelitian bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi terhadap keputusan pembelian produk fesyen *brand* lokal Rucas di Bandung secara parsial maupun simultan.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, metode *explanatory research*. Sampel sebanyak 104 responden, konsumen Rucas di Bandung. Teknik *purposive sampling*. Data primer diperoleh melalui kuesioner. Analisis menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji f, koefisien determinasi.

Hasil menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien regresi 0,149, t hitung 2,157, signifikansi $<0,03$. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien regresi 0,394, t hitung 6,643, signifikansi $<0,001$. Nilai *Adjusted R Square* 0,407. Kualitas produk, promosi menjelaskan 40,7% variasi keputusan pembelian. Faktor lain menjelaskan 59,3%.

Kualitas produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan keyakinan konsumen melakukan pembelian. Promosi menarik mendorong keputusan pembelian. Peningkatan kualitas produk, penguatan strategi promosi menjadi strategi Rucas dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, promosi, keputusan pembelian, Rucas.

ABSTRACT

Competition in the fashion industry encourages local brands to improve product quality and promotional strategies to influence consumer purchase decisions. This study aims to examine the effects of product quality and promotion on purchase decisions for Rucas local fashion brand products in Bandung, both partially and simultaneously.

This study employed a quantitative approach using an explanatory research method. The sample consisted of 104 respondents who had purchased Rucas local fashion brand products in Bandung. The sampling technique used was purposive sampling. Data were collected through questionnaires. Data analysis employed multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination.

The results show that product quality has a positive and significant effect on purchase decisions, with a regression coefficient of 0.149, t-value of 2.157, and significance value of <0.03 . Promotion also has a positive and significant effect on purchase decisions, with a regression coefficient of 0.394, t-value of 6.643, and significance value of <0.001 . The Adjusted R Square value of 0.407 indicates that product quality and promotion explain 40.7% of the variation in purchase decisions. The remaining 59.3% is explained by other factors outside the study.

The findings indicate that product quality is an important factor in increasing consumer confidence in making purchases. Attractive promotional strategies encourage purchase decisions. Improving product quality and strengthening promotional strategies can support Rucas in increasing consumer purchase decisions.

Keywords: *product quality, promotion, purchase decision, Rucas.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Brand* Lokal Rucas di Bandung”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Insan Cendekia Mandiri Bandung.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas produk dan promosi dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, serta pengaruh kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian produk fesyen *brand* lokal Rucas di Bandung.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai keterbatasan dan kekurangan. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan apresiasi kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Asep Najmudin, M.P., selaku Rektor Universitas Insan Cendekia Mandiri, yang telah berupaya mengembangkan dan meningkatkan kualitas Universitas Insan Cendekia Mandiri.
2. Ibu Indriana Damaianti, S.E., M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Insan Cendekia Mandiri.
3. Ibu Risna Haryati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Insan Cendekia Mandiri sekaligus Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas ilmu, perhatian, dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Insan Cendekia Mandiri yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman selama penulis menempuh pendidikan.
5. Orang tua terutama kepada Bapak Andri Afriyanto selaku ayah dan Ibu Yuyu Suprianingsih selaku nenek dan keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan dukungan moral, mental, serta doa yang tiada henti. Terima kasih atas cinta tanpa syarat, pengorbanan, motivasi, dan keyakinan yang selalu diberikan kepada penulis. Dukungan tersebut menjadi salah satu sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini.
6. Kepada teman-teman penulis, terutama Indriyani, yang selalu menemani, memberikan semangat, membantu, dan menjadi tempat berbagi selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, dan dukungan yang telah diberikan hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam bidang manajemen, khususnya mengenai kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian.

Bandung, 1 September 2026

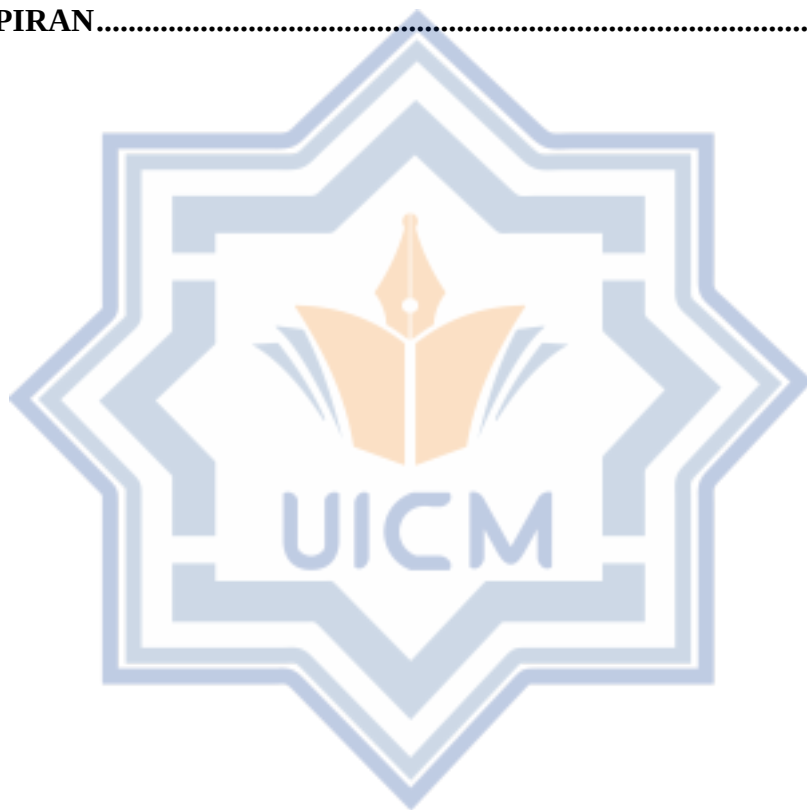
Iqbal Putra Ramadhan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
SURAT PERNYATAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Keputusan Pembelian	8
2.1.3 Kualitas Produk.....	13
2.1.4 Promosi.....	15
2.2 Kajian Penelitian Sebelumnya.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.4 Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23

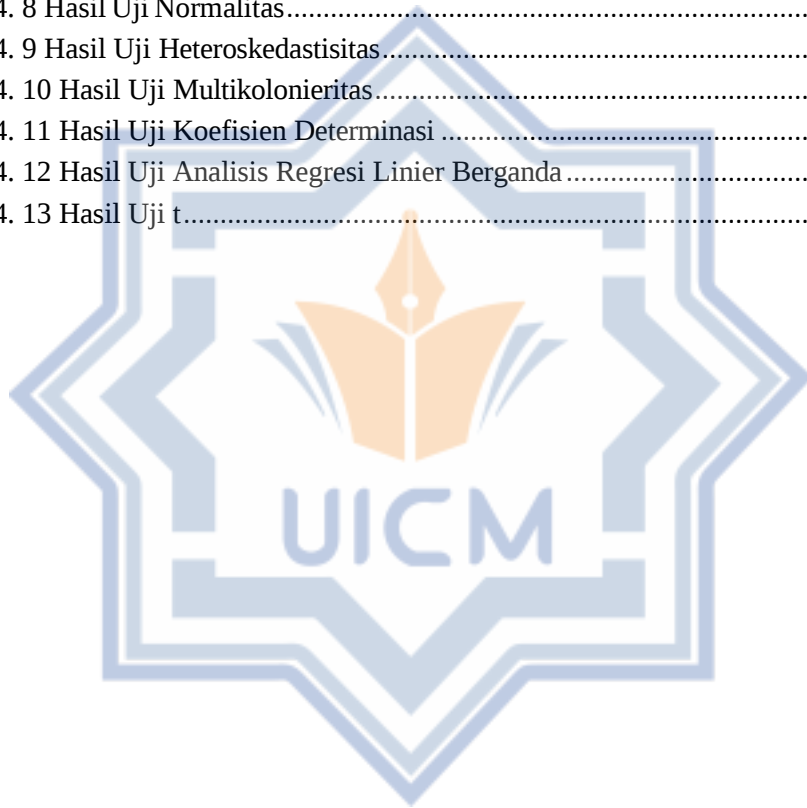
3.1	Objek Penelitian	23
3.2	Metode Penelitian.....	23
3.3	Populasi dan Teknik Sampling.....	23
3.3.1	Populasi	23
3.3.2	Teknik Sampling	24
3.4	Jenis dan Sumber Data	25
3.4.1	Jenis data	25
3.4.2	Sumber Data.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data	26
3.5.1	Uji Instrumen	26
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.7	Metode Analisis	31
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.7.2	Pengujian Hipotesis.....	31
1.	Uji t (Uji Parsial).....	31
2.	Uji F (Uji Simultan)	33
3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1	Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	36
4.2	Karakteristik Responden	36
4.3	Hasil Uji Instrumen	39
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	40
4.5	Uji Koefisien Determinasi	42
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	42

4.7	Uji Hipotesis	43
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	44
BAB V PENUTUP		50
5.1	Kesimpulan	50
5.2	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		53
LAMPIRAN.....		57



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	37
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	38
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Terakhir	38
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	40
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolonieritas.....	41
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	42
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	42
Tabel 4. 13 Hasil Uji t.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian jadi.....	4
Gambar 2. 2 Kerangka pikir.....	20

