

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAHAN
BAKAR MINYAK (BBM) DI SPBU SHELL KEDOYA**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
Disusun Oleh :
Sahidin Wijaya
43110010171

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SAHIDIN WIJAYA

Nim : 43110010171

Program studi : S1 MANAJEMEN

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya saya sendiri. Apabila mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Agustus 2015



(SAHIDIN WIJAYA)
NIM : 43110010171

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : SAHIDIN WIJAYA
Nim : 43110010171
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SPBU SHELL
KEDOYA

Tanggal Lulus Ujian : 14 Agustus 2015

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



M. Rizki Sadikin, BBA., MBA

Tanggal : 21/8/2015

Dekan FEB

Ketua Penguji



DR. Rina Astini SE., MM

Tanggal : 22/9 2015

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak.,MS.,CA

Tanggal : 20-10-2015



DR. Rina Astini SE., MM

Tanggal : 6/10 2015

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas nikmat iman, islam dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan Metodologi penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) Di SPBU SHELL Kedoya“** . Shalawat beserta salam semoga terus tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat. Peneliti sangat bersyukur atas selesainya penyusunan Skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak M. Rizki, MBA selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk berdiskusi dan memberi saran serta petunjuk kepada penulis.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya serta tetap menuntun peneliti di jalan yang benar sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Jakarta, Agustus 2015

Sahidin Wijaya



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	12
1. Tujuan Penelitian	12
2. Kontribusi Penelitian	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	14
1. Landasan Teori.....	14
a. Pemasaran	14
b. Persepsi Harga.....	17
c. Kualitas Pelayanan	23
d. Promosi.....	28
e. Keputusan Pembelian	30
2. Kajian Teori Terdahulu.....	37
B. Rerangka Pemikiran	37
1. Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	37
2. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	38
3. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	39

	C. Hipotesis.....	40
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
	B. Desain Penelitian	41
	C. Definisi Operasionalisa Variabel dan Skala	
	Pengukuran	41
	1. Variabel Independen	41
	a. Persepsi Harga.....	42
	b. Kualitas Pelayanan	42
	c. Promosi.....	43
	2. Variabel Dependen.....	45
	Keputusan Pembelian	45
	3. Pengukuran Variabel	49
	D. Populasi dan Sampel	50
	1. Populasi	50
	2. Sampel	50

E.	Teknik Pengumpulan Data	51
	a. Data Primer	51
	b. Data Sekunder.....	51
F.	Metode Analisis	52
	1. Uji Kualitas Data.....	52
	a. Uji Validitas	52
	b. Uji Reliabilitas	52
	3. Uji Asumsi Klasik	52
	a. Uji Normalitas.....	52
	b. Uji Multikolinieritas	54
	c. Uji Heteroskedastisitas	55
	4. Uji Hipotesis	56
	a. Uji F.....	56
	b. Uji t.....	56
	5. Uji Regresi Linier Berganda	56
	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	56

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	58
1. Sejarah singkat SPBU Shell.....	58
2. Visi dan Misi SPBU Shell.....	61
a. Visi SPBU Shell	61
b. Misi SPBU Shell.....	61
3. Tugas dan Fungsi Setiap Bagian Di Shell	61
4. Karakteristik Profil Responden	66
a. Deskripsi Variabel X_1 Persepsi Harga	70
b. Deskripsi Variabel X_2 Kualitas Pelayanan.....	72
c. Deskripsi Variabel X_3 Promosi	77
d. Deskripsi Variabel Y Keputusan Pembelian	80
B. Uji Kualitas Data dan Asumsi Klasik.....	84
1. Uji Kualitas Data.....	84
a. Uji Validitas.....	84
b. Uji Reliabilitas	86

2. Uji Asumsi Klasik	88
a. Uji Normalitas	88
b. Uji Multikolonieritas.....	89
c. Uji Heteroskedastisitas.....	91
C. Uji Hipotesis	92
1. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	92
2. Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t).....	93
D. Uji Regresi Berganda	94
1. Regresi Linier Berganda.....	94
E. PEMBAHASAN	94
1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak (Bbm) Di Spbu Shell Jakarta	96
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) Di SPBU Shell Jakarta.....	97

3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan

Pembelian Bahan Bakar Minyak (Bbm)

Di Spbu Shell Jakarta 98

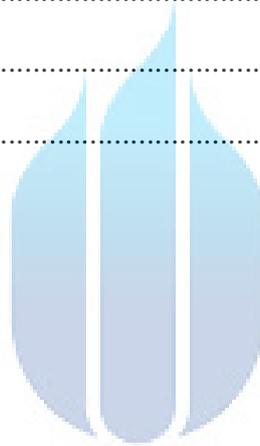
BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan..... 99

B. Saran..... 100

DAFTAR PUSTAKA..... 102

LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

1.1	Kualitas Pelayananana Pertamina Vs Shell	2
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	37
3.1	Operasional Variabel Persepsi Harga	45
3.2	Operasional Variabel Kualitas Pelayanan.....	46
3.3	Operasional Variabel Promosi	47
3.4	Operasional Variabel Keputusan Pembelian	48
3.5	Instrument Skala Likert	49
4.1	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2	Komposisi Responden Berdasarkan jenis BBM Yang di Gunakan	67
4.3	Komposisi Responden Berdasarkan jenis Pendidikan	68
4.4	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Usia	69
4.5	Komposisi Responden Berdasarkan jenis Kendaraan Yang di Gunakan	70
4.6	Harga BBM Shell dengan Produk Lain Tidak Jauh	

Berbeda.....	70
4.7 Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	71
4.8 Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Pada SPBU Shell	
Terjangkau	72
4.9 Fasilitas yang terdapat pada SPBU Shell sudah baik	72
4.10 Tidak Terlalu Lama Untuk Pengisian BBM	73
4.11 Petugas SPBU Shell Memberikan Respon Yang Cepat Ketika Konsumen Mendapatkan Masalah Dalam Pengisian BBM	74
4.12 Petugas SPBU Shell Memberikan Pelayanan Yang Ramah Kepada Konsumen	74
4.13 Kebersihan dan Penerangan SPBU Sudah Baik	75
4.14 Bahan Bakar Yang Anda Inginkan Selalu Tersedia	76
4.15 Petugas SPBU Shell Selalu Memberikan Penawaran Tentang Produk Dengan Kualitas Terbaik	76
4.16 Adanya Pemberian Diskon Pada Produk Yang Di Tawarkan	77

4.17	Memberikan Hadiah Promo Yang Menarik Bagi Pelanggan	78
4.18	Melakukan Kegiatan Periklanan Untuk Memberikan Informasi Mengenai Produk Shell.....	78
4.19	SPBU Shell Selalu Melakukan Sponsorship Pada Promo Tertentu	79
4.20	Petugas SPBU Shell Memberikan Informasi Mengenai Produk Shell	80
4.21	Prioritas Pembelian Pada Produk Yang Merupakan Kebutuhan	80
4.22	Direkomendasikan Orang Lain Untuk Mengisi BBM Pada SPBU Shell	81
4.23	SPBU Shell Menjadi Pilihan Utama Dalam Mengisi BBM	82
4.24	Saya Merasa Yakin Untuk Mengisi BBM Di SPBU Shell Karena Kualitasnya	82
4.25	Saya Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Melakukan Pengisian BBM Di SPBU Shell	83

4.26	Uji Validitas Persepsi Harga	84
4.27	Uji Validitas Kualitas Pelayanan	85
4.28	Uji Validitas Promosi	85
4.29	Uji Validitas Keputusan Pembelian	86
4.30	Uji Reliabilitas	87
4.31	Uji Normalitas Data	89
4.32	Uji Multikolonieritas	90
4.33	Uji Statistik F	92
4.34	Uji T.....	93
4.35	Uji Regresi Berganda.....	95



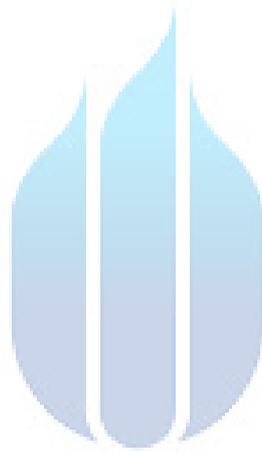
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Persepsi Harga	19
Gambar 2.2 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap.....	32
Gambar 2.3 Skema Rerangka Pemikiran	40
Gambar 4.1 Grafik P-P Plot	88
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuisisioner.....	92
2. Rekapitulasi Jawaban Responden	96
3. Uji Statistik	108



UNIVERSITAS
MERCU BUANA