

**PENGARUH PELAYANAN *PERSONAL SELLING*, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN
PAKET TOUR PERJALANAN INSENTIF**

(Studi pada Preferred Tours Manajemen Jakarta)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Suryaningrum

NIM : 43115110640

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 / 12 / 2020



Dwi surya

Dwi Suryaningrum
43115110640

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

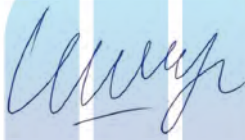
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dwi Suryaningrum
NIM : 43115110640
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pelayanan Personal Selling, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Paket Tour Perjalanan Incentive (Studi Kasus Pada Pelanggan Preferred Tours Management Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 25 November 2020 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Catur Widayati, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0314127301

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901

Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-09266886



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Pelayanan Personal Selling, Harga, dan Kualitas produk terhadap pembelian paket Tour Perjananan Insentif*. Objek penelitian ini adalah semua pelanggan Preferred Tours Manajemen Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Preferred Tours Manajemen yang berada di Jakarta, dengan jumlah responden sebanyak 155 responden. Pengambilan sampel yang dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu sampel yang dipilih berdasarkan karakteristiknya. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SmartPLS (*Partial Least Square*) 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, tetapi menunjukkan bahwa Harga berpengaruh negative signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Selain itu Kualitas Produk menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Keputusan Pembelian*. Oleh karena itu Mengingat pangsa pasar yang ada, perusahaan sebaiknya meningkatkan keputusan pembelian dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan kualitas produk melalui penerapan harga yang menarik.

Kata Kunci: *Kualiatas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.*



ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship of Personal Sales Service, Price Perception, and Product Quality to the package purchase of the Travel Package Incentives. The object of this study is all customers of Preferred Tours Management Jakarta. The population in this study are Preferred Tours Management customers in Jakarta, with 155 respondents. Sampling is done by purposive sampling method, the sample is selected based on its characteristics. The analysis technique uses multiple linear regression analysis using SmartPLS (Partial Least Square) 3.0. The results of this study indicate that Service Quality shows a positive and significant effect on Purchasing Decisions, but it shows that Price has a significant negative effect on Purchasing Decisions. Besides, Product Quality shows that shows a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Therefore, considering the existing market, the company requests an increase in purchases by paying attention to service quality and product quality through the application of attractive prices.

Keywords: Service Quality, Price, Product Quality and Purchasing Decisions.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Pelayanan Personal Selling, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Paket Tour Perjalanan Insentif**". Penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam Penyusunan tugas ahir ini penulis banyak mendapatkan saran dan dorongan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, khususnya Ibu Dr. Catur Widayati, SE.MM, terimakasih atas segala bimbingan, ilmu-ilmu, saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikanya skripsi ini. Dan juga pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CIA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Daru Asih., M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
4. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keiklasanya mencurahkan segala ilmu yang di

milikinya untuk kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu.

5. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penuliskuliah.
6. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doanya.
7. Seluruh karyawan dan pelanggan Preferred Tours Manajemen Jakarta yang tidak bisa di sebutkan namanya satu persatu yang sudah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 20 Mei 2020

Dwi Suryaningrum

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	14
1. Tujuan Penelitian	14
2. Kontribusi Penelitian.....	15
BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Pemasaran	17
2. Perilaku Konsumen	17
3. Kualitas pelayanan	19
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	19
b. Keunggulan Personal Selling	25
c. Sifat-Sifat Personal Selling	25
d. Dimensi Kualitas Layanan	26
4. Harga	28
a. Harga	28

b.	Penetapan Harga.....	30
c.	Tujuan Penetapan Harga	31
d.	Peranan Harga	32
e.	Dimensi Harga.....	35
5.	Kualitas Produk.....	36
a.	Pengertian Kualitas Produk.....	36
b.	Dimensi Kualitas Produk	38
6.	Keputusan Pembelian.....	39
a.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	39
b.	Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	40
c.	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	42
d.	Dimensi Keputusan Pembelian	44
B.	Peneliti Terdahulu	47
C.	Pengembangan Hipotesis	50
D.	Kerangka Pemikiran.....	53
E.	Perumusan Hipotesis	54
BAB III : METODE PENELITIAN		
A.	Waktu dan Tempat penelitian	63
B.	Desain Penelitian.....	63
C.	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	64
1.	Definisi Variabel	64
2.	Operasionalisasi Variabel	66
D.	Skala Pengukuran.....	70
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	70
1.	Populasi Penelitian	70
2.	Sampel Penelitian.....	71
F.	Metode Pengumpulan Data	71
G.	Metode Analisis Data	71
1.	Analisis Deskriptif	71

2. Uji Instrument	73
a. Uji Validitas	73
b. Uji Reabilitas.....	73
3. Analisis Partial Least Square	74
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i>	74
b. Menguji Model Pengukuran (Outer Model).....	74
c. Menguji Model Struktural (Inner Model)	75

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	77
B. Analisis Deskriptif	77
1. Karakteristik Responden	77
a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
b) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	79
d) Karakteristik Responden Berdasarkan Upah/Gaji.....	80
e) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
2. Deskriptif Jawaban Responden	80
a) Hasil Deskriptif Jawaban Variable Kualitas Pelayanan	80
b) Hasil Deskriptif Jawaban Variable Harga	83
c) Hasil Deskriptif Jawaban Variable Kualitas Produk	84
d) Hasil Deskriptif Jawaban Variable Keputusan Pembelian.....	85
C. Hasil Uji Kualitas Data	86
1. Evaluasi Measurement (Outer Model)	86
a) Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	86
b) Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	89
c) Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	92
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	93
a) Hasil Pengujian Nilai R-square	93
b) Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i>	94

c) Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	95
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	96
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	96
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	97
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	98
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Wisatawan Nasional	3
Tabel 1.2	Pertumbuhan Online Travel Agent	4
Tabel 1.3	Hasil Pra Survei.....	7
Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu... ..	47
Tabel 3.1	Operasional Variable Kualitas Pelayanan	67
Tabel 3.2	Operasional Variable Harga	68
Tabel 3.3	Operasional Variable Kualitas Produk.....	69
Tabel 3.4	Operasional Variable Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 3.5	Skla Penelitian.....	70
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	79
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Upah/Gaji	80
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban kuisioner variable Kualitas Pelayanan.....	81
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban kuisioner variable Harga	83
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban kuisioner variable Kualitas Produk.....	84
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban kuisioner variable Keputusan Pembelian	85
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	86
Tabel 4.11	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	88
Tabel 4.12	Hasil pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>).....	90

Tabel 4.13	Hasil pengujian <i>AverageVarianceExtracted</i> (AVE)	91
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (FornellLackerCriterium)</i> ...	92
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Composite Reability dan Cronbach's Alpha</i>	93
Tabel 4.16	Nilai R2 Variable Endogen	93
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peningkatan Perjalanan Insentif Preferend Tours	6
Gambar 2.1	Kerangka konseptual	53
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	87
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS Modifikasi	89
Gambar 4.3	Uji Boostroaping.....	96



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian.....	105
2. Hasil Kuisisioner.....	112
3. Hasil Output <i>Partial Least Square</i> (PLS)	130

