

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
( Studi Kasus Pada Kebab Baba Rafi Cabang Kebon Jeruk Jakarta )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Neng Lantan Sari

NIM : 4311110172

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2016**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : NengLantan Sari  
NIM : 43111110172  
Program Studi : SI Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kebab Baba Rafi Cabang Kebon Jeruk Jakarta  
Tanggal Lulus Ujian : 26 Agustus 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Ketua Penguji



Zulfitri, MP, MM

Tanggal : 30/8/2016




Arief Bowo Pravoga K., SE., MM

Tanggal : 30/8/2016

Dekan

Ketua Program Studi

SI Manajemen



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

Tanggal : 30/8/2016



Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 1/9 2016

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Neng Lantan Sari

NIM : 43111110172

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya 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, Agustus 2016



Neng Lantan Sari

NIM :43111110172

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **Analisis Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembeli pada Kebab Baba Rafi Cabang Kebon Jeruk Jakarta** . Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta .

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan , bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak , khususnya Bapak Zulfitri, MP, MM. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu , bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta dan suami serta keluarga saya yang telah memberi semangat , doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini .

2. Bapak Dr. Ir. Aris setyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr.Rina Astini,SE.,M.Si. Ketua Program Studi S1 Manajemen
5. Luna Haningsih, SE.,ME dan Hesti Maheswari,SE.,M.Si. Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Bapak Rudi Suherman selaku penanggung jawab Kebab Baba Rafi Cabang Kebon Jeruk Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian diperusahaannya.
8. Sahabat-sahabat saya Nur Hariyansih, Ariandi Rahman, Ade Ariawan . DesiNopianti, Ilham Septiadi
9. Seluruh teman-teman mahasiswa Universitas Mercu Buana jurusan Manajemen angkatan 2011 terima kasih atas segala perhatiannya, dukungan dan do'a restunya .
10. Seluruh pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas segala bantuan dan informasinya yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh

karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga Allah SWT memberikan balasan sesuai dengan amal kebaikan yang telah diberikan. Akhirnya, penyusun berharap karya ini berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, Agustus 2016

Neng Lantan Sari

UNIVERSITAS Penulis  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>Viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kontribusi Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	7
2.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.2 Promosi penjualan.....	7
2.3 Kualitas Pelayanan.....	11
2.4 Perilaku Konsumen.....	14
2.5 Keputusan Pembelian .....	17
2.6 Penelitian Terdahulu .....	21
B. RerangkaPemikiran.....	23
C. Hipotesis .....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	26
B. Desain Penelitian.....	26
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	27
D. Pengukuran Variabel.....	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
1. Populasi Penelitian.....	33
2. Sampel Penelitian.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Metode Analisis Data.....	35
1. Statistik Deskriptif.....	35
2. Penguji Instrumen.....	36
a. Uji Validitas.....	36
b. Uji Reabilitas.....	36
3. Uji Asumsi Klasik.....	37
a. Uji Normalitas.....	37
b. Uji Multikolinearitas.....	38
c. Uji Heteroskedasitas.....	38
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
5. Uji Hipotesis.....	39
a. Uji T.....	40

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
2. Karakteristik Profil Responden.....	43
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	49
1. Statistik Deskriptif Variabel Promosi Penjualan.....	49
2. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	55
3. Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	70
C. Uji Kualitas Data.....	70



1.Uji Validitas .....	70
2.Uji Reabilitas .....	73
D. Uji Asumsi Klasik .....	74
1.Uji Normalitas .....	75
2.Uji Multikolinearitas .....	76
3.Uji Heteroskedastisitas .....	77
E. Analisis Regresi Linear Berganda .....	78
1.Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	79
2.Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	80
F. Uji Hipotesis .....	81
1.Uji Signifikansi Simultan ( Uji Statistik F ).....	81
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	82

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A.Kesimpulan .....	84
B.Saran.....	85

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**


  
 UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	TabelPenjualan Kebab Baba Rafi Priode Januari-september.....	3
Tabel 1.2	Promosi Yang Dilakukan Kebab Baba Rafi.....	4
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Promosi Penjualan.....	29
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Kualitas Pelayanan .....	30
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian .....	33
Tabel 3.4	Skala Likert .....	34
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Aktifitas.....	45
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	46
Tabel 4.5	Data Responden Berdasarkan Pendapatan .....	47
Tabel 4.6	Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 4.7	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung .....	48
Tabel 4.8	Pernyataan responden mengenai saya menerima kupon gratis satu kebab setiap pembelian kebab .....	50
Tabel 4.9	Pernyataan responden mengenai Kebab Baba Rafi selalu .....	50
	memberikan diskon pada konsumen yang berlangganan .....	51
Tabel 4.10	Pernyataan responden mengenai sebelum membeli Kebab Baba Rafi saya selalu ditawarkan menu yang tersaji di Baba Rafi Terlebih dahulu.....	51
Tabel 4.11	Pernyataan responden mengenai pekerja Kebab Baba Rafi selalu menawarkan Kebab berukuran jumbo.....	51
Tabel 4.12	Pernyataan responden mengenai pekerja Baba Rafi selalu menawarkan tambahan produk kebab jika membeli dalam jumlah tertentu.....	52
Tabel 4.13	Pernyataan responden mengenai saya merasa promo menu yang ditawarkan Baba Rafi sesuai dengan yang didapatkan.....	52
Tabel 4.14	Pernyataan responden mengenai Pemajangan promo jelas dan mudah terlihat .....	53

Tabel 4.15	Pernyataan responden mengenai pekerja Baba Rafi menawarkan Kebab yang komplit yang tersaji didalam kebab jumbo .....	53
Tabel 4.16	Pernyataan responden mengenai apabila ada ketidak sesuaian menu yang ditawarkan dengan yang didapatkan maka pihak Baba Rafi dapat mengganti menu dengan gratis ...	54
Tabel 4.17	Rekapitulasi pernyataan responden variabel Promosi Penjualan .....	54
Tabel 4.18	Pernyataan responden mengenai kemudahan untuk parkir .....	56
Tabel 4.19	Pernyataan responden mengenai Baba Rafi memiliki desain yang menarik .....	56
Tabel 4.20	Pernyataan responden mengenai memiliki kursi dan meja yang nyaman .....	57
Tabel 4.21	Pernyataan responden mengenai ketepatan karyawan Baba Rafi dalam memberikan informasi kepada konsumen yang berkunjung .....	57
Tabel 4.22	Pernyataan responden mengenai karyawan Baba Rafi selalu berpenampilan bersih dan rapih dan menggunakan sarung tangan ketika menyajikan kebab .....	58
Tabel 4.23	Pernyataan responden mengenai waktu yang diperlukan untuk membuat pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan .....	58
Tabel 4.24	Pernyataan responden mengenai karyawan Kebab Baba Rafi sigap dan cepat dalam melayani konsumen.....	59
Tabel 4.25	Pernyataan responden mengenai karyawan Baba Rafi bersedia menjawab setiap pertanyaan konsumen .....	59
Tabel 4.26	Pernyataan responden mengenai karyawan Kebab Baba Rafi menyampaikan informasi menu dengan jelas dan detail .....	60
Tabel 4.27	Pernyataan responden mengenai karyawan Baba Rafi sopan dalam melayani .....	61
Tabel 4.28	Pernyataan responden mengenai karyawan Baba Rafi	

	menguasai informasi menu-menu yang tercantum .....	61
Tabel 4.29	Pernyataan responden mengenai sopan santun karyawan dalam berkomunikasi .....	62
Tabel 4.30	Pernyataan responden mengenai karyawan menghargai serta melayani setiap konsumen yang datang dengan adil tanpa memandang status sosial ekonomi .....	62
Tabel 4.31	Pernyataan responden mengenai karyawan ramah dalam melayani konsumen dan bersedia mengganti pesanan makanan bila yang diterima konsumen tertukar atau dalam kondisi rusak.....	63
Tabel 4.32	Rekapitulasi pernyataan variabel Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 4.33	Pernyataan responden mengenai saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum membeli.....	65
Tabel 4.34	Pernyataan responden mengenai adanya dorongan dari teman dan keluarga untuk meyakinkan saya membeli Kebab Baba Rafi.....	66
Tabel 4.35	Pernyataan responden mengenai rasa yang dimiliki Kebab Baba Rafi sesuai dengan selera saya .....	66
Tabel 4.36	Pernyataan responden mengenai Kebab Baba Rafi memiliki sertifikasi halal.....	67
Tabel 4.37	Pernyataan responden mengenai Kebab Baba Rafi menjadi pilihan alternatif yang saya pilih sebagai sentra jajanan kuliner kebab .....	68
Tabel 4.38	Pernyataan responden mengenai merasa puas dengan pelayanan dan rasa di Kebab Baba Rafi .....	68
Tabel 4.39	Pernyataan responden mengenai saya tertarik dengan Kebab Baba Rafi karena menarik disetiap promosinya .....	68
Tabel 4.40	Pernyataan responden mengenai selalu melakukan pembelian ulang kembali pada Kebab Baba Rafi .....	69
Tabel 4.41	Rekapitulasi Pernyataan variabel Keputusan Pembelian .....	69
Tabel 4.42	Hasil Uji Validitas Kuesioner Promosi Penjualan .....	71
Tabel 4.43	Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Pelayanan.....	72

Tabel 4.44	Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.45	Hasil Uji Reliabilitas .....	74
Tabel 4.46	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov – Smirnov Test .....	75
Tabel 4.47	Hasil Uji Multikolinearitas .....	76
Tabel 4.48	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	79
Tabel 4.49	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	80
Tabel 4.50	Hasil Uji Statistik T.....	81



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap – tahap Keputusan Pembelian .....	19
Gambar 2.2	Model Rerangka Konseptual Penelitian .....	24
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner .....	90
Lampiran 2 Profil Responden .....	96
Lampiran 3 Analisis Statistik .....	112

