

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada Kedai Kopi Bertiga Bintaro Tangerang Selatan)**

**Skripsi**



Nama : Sarah Az-zahrah

NIM : 43119010050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada Kedai Kopi Bertiga Bintaro Tangerang Selatan)**

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



Nama: Sarah Az-zahrah

NIM: 43119010050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Az-Zahrah

Nim : 43119010050

Program Studi : Manajemen S1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Agustus 2023



**Sarah Az-Zahrah**

Nim 43119010050

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sarah Az-Zahrah  
NIM : 43119010050  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Kopi Bertiga Bintaro Tangerang Selatan)  
Tanggal Sidang : 10 Agustus 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 08232661



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGATAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini yang sebagai salah satu syarat dalam melanjutkan Tugas Akhir di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan Judul Penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Kopi Bertiga Bintaro Tangerang Selatan)”**.

Peneliti menyadari bahwa pada penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Bapak Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, memberikan ilmu, memberikan semangat, pengetahuan dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat yang diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya proposal skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga skripsi penelitian ini dapat diselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan Alhamdulillah atas keridhoan dari Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin

berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Bapak Prof.Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, MM, selaku Sekretaris I Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MercuBuana
5. Bapak Ir. R. Joko Sugiharjo, MM, selaku dosen Tugas Akhir yang telah sabar mengarahkan, membimbing dan memotivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
6. Kedua Orangtua, yang merupakan motivasi terbesar saya yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi, dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik dari moril sampai materil.
7. Teman seperjuangan Esti, Rina, dan Sabil yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan saling bertukar pikiran.
8. Pihak – pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, dan doa-Nya.

Dengan kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, mohon saran yang dapat

membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan para pembaca. Akhir kata yang dapat disampaikan dengan ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf jika apabila terdapat kesalahan dan keliruan pada penelitian ini.

Jakarta, 23 Juni, 2022



**Sarah Az-zahrah**

NIM: 43119010050



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	Error! Bookmark not defined.
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>9</b>
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen	10
3. <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)	11
4. Keputusan Pembelian	12
a. Pengertian Keputusan Pembelian	12
b. Tujuan Keputusan Pembelian	13
c. Dimensi Keputusan Pembelian	14
5. Kualitas Pelayanan	16
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	16
b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	17
c. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	17
6. Promosi	18
a. Pengertian Promosi	18
b. Indikator Promosi	19
c. Dimensi Promosi	20
7. Kualitas Produk	22
a. Pengertian Kualitas Produk	22
b. Dimensi Kualitas Produk	23
B. Penelitian Terdahulu	24



C. Rerangka Pemikiran	33
D. Pengembangan Hipotesis	34
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>	<b>36</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian	36
B. Desain Penelitian	36
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	37
1. Definisi Variabel	37
2. Operasionalisasi Variabel	40
3. Uji Kualitas Data Pre test	43
D. Skala Pengukuran	45
E. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi Penelitian	46
2. Sampel Penelitian	46
F. Metode Pengumpulan Data	48
G. Metode Analisis Data	49
1. Partial Least Square (PLS)	49
a. Evaluasi <i>Meanstrumant (Outer Model)</i>	50
b. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> )	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>53</b>
A. Analisis Deskriptif	53
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
2. Deskriptif Responden	54
3. Deskriptif Variabel	56
a. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	56
b. Deskriptif Variabel Promosi	58
c. Deskriptif Variabel Kualitas Produk	59
d. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	60
B. Analisis Data	62
1. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	62
a. Evaluasi Pengujian Validitas Konvergen	62
b. Evaluasi Pengujian Validitas Diskriminan	65
c. Evaluasi Pengujian Reliabilitas	67
2. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	68
a. Evaluasi Pengujian Koefisien Determinasi	69
b. Hasil Pengujian Goodness of Fit Model	69
C. Pengujian Hipotesis	70

D. Pembahasan Hasil Penelitian	73
1. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian	73
2. Hubungan Antara Promosi Dan Keputusan Pembelian	74
3. Hubungan Antara Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian	74
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>76</b>
A. Simpulan	76
B. Saran	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>85</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omzet Perbulan Kopi Bertiga	3
Tabel 1.2 Prasurvey Penelitian Kopi Bertiga	4
Tabel 1.3 GAP	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel	40
Tabel 3.2 Hasil Uji Pre-Test	43
Tabel 3.3 Instrument Skala Likert	46
Tabel 4.1 Pertanyaan Saringan	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	55
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	57
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Promosi	58
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Konvergen	64
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Fornell Larcker Criterion</i>	65
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	66
Tabel 4.10 Hasil Pengujian AVE	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Konstruk Reliabilitas	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	72

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Hasil Uji Validitas Konvergen	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Hipotesis	71

