

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS
PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TOKO SAMUDRA FASHION**

SKRIPSI



Nama : Ahmad Hilmi Ayyasy

NIM : 43119010305

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSTAS MERCU BUANA
JAKARTA

2023

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS
PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TOKO SAMUDRA FASHION**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Ahmad Hilmi Ayyasy

NIM : 43119010305

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2023

i

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Hilmi Ayyasy

NIM : 43119010305

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Juli 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Ahmad Hilmi Ayyasy

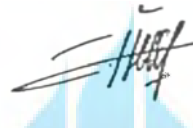
NIM: 43119010305

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Hilmi Ayyasy
NIM : 43119010305
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Samudra Fashion
Tanggal Sidang : 11 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Diky Firdaus, S.Kom., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233161



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Samudra Fashion”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa yang tidak sempurna dalam penulisan ini tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti bagi penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, Ph.D, selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Diky Firdaus, S.Kom, MM, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, do'a dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. R. Joko Sugiharjo, Ir. MM selaku Dosen Tugas Akhir yang telah memberikan arahan selama kelas mata kuliah tugas akhir perkuliahan.
6. Yanto Ramli, Dr. MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama perkuliahan.
7. Mahfu Dhori dan Wiharti selaku kedua Orang Tua tercinta terima kasih atas do'a, dukungan dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya, serta dukungan moril maupun material dalam penyusunan Skripsi ini.

8. Muhammad Asip Barkhiya, Nala Jazila, dan Ratna Aprianti Hamid selaku Abang dan Kakak yang telah memberi nasehat-nasehat, memberikan saran, dan do'a, serta dukungan moril maupun material dalam penyusunan Skripsi ini.
9. Cindy Raditia Anggraeni selaku Pacar penulis yang telah memberi dukungan, do'a dan waktu selama penyusunan Skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman S1 Manajemen FEB UMB angkatan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang membantu membagikan informasi.
11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta do'a nya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Terima kasih.

Jakarta, 18 Juli 2023



Ahmad Hilmi Ayyasy

NIM. 43119010305



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. Promosi Penjualan	11
3. Kualitas Pelayanan	17
4. Harga	21
5. Keputusan Pembelian	28
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	43
1. Rerangka Konseptual	43
2. Pengembangan Hipotesis	43

BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Waktu dan Tempat Penelitian	48
B. Desain Penelitian	48
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	49
1. Definisi Variabel	49
2. Operasional Variabel	50
D. Skala Pengukuran Variabel	55
E. Populasi dan Sampel Penelitian	56
1. Populasi	56
2. Sampel dan Teknik Sampling.....	57
F. Metode Pengumpulan Data	59
G. Metode Analisis Data	60
1. Analisis Deskriptif.....	60
2. Uji Instrumen.....	61
3. Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM – PLS)	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A. Analisis Deskriptif.....	69
1. Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian	69
2. Deskripsi Responden	69
3. Deskripsi Variabel	73
B. Analisis <i>Partial Least Square</i>	81
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	81
2. Hasil Pengujian Model Struktural/ Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	91
3. Hasil Uji Hipotesis	93
C. Pembahasan Hasil Penelitian	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Perbandingan Harga Produk Toko Samdura <i>Fashion</i> Dengan Pesaing	4
1.2	Perbandingan Rata-rata Kedatangan Konsumen Perbulan Tahun 2021 – 2022	6
1.3	Pra Survey Konsumen Toko Samudra Fashion	13
2.1	Penelitian Terdahulu	36
3.1	Oprasional Variabel	52
3.2	Tingkatan Skala Likert	58
3.3	Jumlah Kedatangan Konsumen	59
3.4	Pengukuran Validitas Konvergen	66
3.5	Pengukuran Validitas Diskriminan	67
3.6	Penilaian Realibilitas	67
3.7	Penilaian R – Square	68
3.8	Penilaian Q – Square	69
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	72
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	74
4.4	Deskripsi Variabel Promosi Penjualan	75
4.5	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	77
4.6	Deskripsi Variabel Harga	79
4.7	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	81
4.8	Hasil Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)	84
4.9	Hasil Uji Validitas Diskriminan (Diskriminant Validity)	87
4.10	Hasil Uji Avarage Variance Extracted (AVE)	90
4.11	Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell Larcker Criterion)	90
4.12	Hasil Pengujian Cronbach's Alpha	91
4.13	Hasil Pengujian Composite <i>Realibility</i>	92

4.14	Hasil Uji Nilai R – Square	93
4.15	Hasil Pengujian Hipotesis	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Rerangka Konseptual	42
4.1	Hasil Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)	86
4.2	Hasil Uji Bootstrapping	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	107
2	Hasil Kuesioner	114
3	Karakteristik Responden	121
4	Deskripsi Variabel	122
5	Hasil Output PLS	127

