

**ANALISI PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK POCOYO WAFLE, MALL PESONA SQUARE,
DEPOK**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Dion Rana Wijaya

NIM : 43117210102

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

JAKARTA

2022

**ANALIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK POCOYO WAFLE, MALL PESONA SQUARE,
DEPOK**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Dion Rana Wijaya

NIM : 43117210102

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

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dion Rana Wijaya

NIM : 43217210102

Program Study : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Juli 2022



Dion Rana Wijaya

Nim: 43217210102

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dion Rana Wijaya
NIM : 43117210102
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk POCOYO WAFLE, Mall Pesona Square, Depok
Tanggal Sidang : 10 Agustus 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Andriansyah Bachtillah Putra, 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 01243395

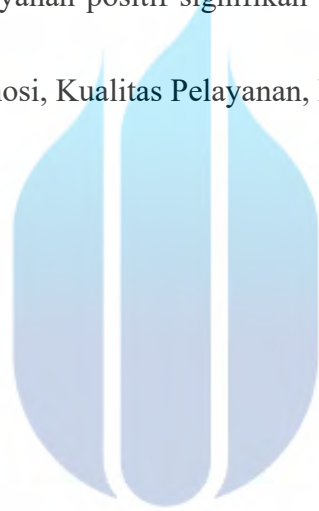


Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pocoyo waffle, mall pesona square. populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pocoyo waffle, Mall Pesona Square yang pernah berbelanja. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 100 konsumen, dihitung berdasarkan rumus Djarwanto dan Subgyo. Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik. Penelitian ini membuktikan bahwa harga positif dan Tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Promosi Positif signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan positif signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, product quality, and brand image on purchasing decisions on Fladeo Shoes. The population in this study were consumers of Fladeo Shoes Mall Cibubur Junction who had shopped. The study utilized a sample of 100 consumers, determined using the Rao Purba formula as outlined by Kharis. A purposive sampling approach was employed to select participants. Data was gathered through surveys, with the research instrument being a questionnaire. Statistical methods were used for quantitative analysis, This research proves that price positive significantly influence purchasing decisions. Promotion has no significant effect on purchasing decisions. Positive service quality has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Price, Promotion, play quality, Purchasing Decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pocoyo Wafle Pesona Square”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, peneliti menyadari bahwa sebagai manusia biasa, pasti akan melakukan kesalahan dan memiliki kelemahan. Proposal skripsi penelitian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa nasihat, waktu, arahan, semangat, keahlian, dan dukungan yang tak ternilai dari Bapak Andriansyah Bachtillah Putra, SE, MM, selaku dosen pembimbing, yang telah menjadi sumber informasi dan bimbingan yang tak ternilai selama proses penelitian. Ini adalah momen bagi peneliti untuk mengungkapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat yang telah dilimpahkan-Nya dan untuk mengakui kontribusi semua orang yang telah berkontribusi dalam penyusunan tesis ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. HarwikaRya MT,. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.SI. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak DR. H. Sonny Indrajaya, sebagai Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Eri Marlapa SE, MM., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana Kampus Jati Sampurna
5. Bapak Andriansyah Bachtillah Putra, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak Supriyatno, S.Sos., MM selaku dosen penguji 1, Trimakasih telah meluangkan waktu dan memudahkan siding saya
7. Secara khusus, saya ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua saya tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan saya selama proses penulisan skripsi ini. Mereka telah memberikan kata-kata bijak, doa, serta dukungan finansial dan emosional yang tiada henti.
8. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Angkatan 2018 atas dukungan, bantuan, dan semangat yang konsisten selama proses penyelesaian tesis ini.
9. Teman-teman dari Angkatan 2017 telah menjadi sistem pendukung yang sangat berarti selama proses penulisan tesis ini. Saya sangat menghargai dukungan kalian semua.
10. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman dari Warung Babeah yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada saya untuk menyelesaikan skripsi.
11. Seluruh teman-teman Manajemen 2016 yang telah bekerja sama dalam menyelesaikan skripsi ini.

Karena keterbatasan latar belakang informasi dan keahlian yang dimiliki, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti terbuka untuk menerima masukan dalam bentuk apa pun, termasuk saran, ide, dan kritik. Semoga tesis ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Akhir kata, peneliti dengan tulus dan rendah hati memohon maaf atas segala kesalahan atau kekurangan yang mungkin ada dalam skripsi ini.

Jakarta,

28 Januari 2020

Dion Rana Wijaya



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan kontribusi penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	8
A. Kajian Teoritis	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. Keputusan Pembelian	9
3. Harga.....	11
4. Promosi	13
5. Kualitas Pelayanan.....	15
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Konseptual.....	22
D. Pengembangan Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
B. Desain Penelitian	25
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	25
1. Definisi Variabel.....	25
2. Operasional Variabel	27
D. Pengukuran Variabel.....	29
E. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi Penelitian.....	30
2. Sampel Penelitian	31
F. Teknik Pengumpulan Data.....	32
G. Metode Analisis Data.....	33
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	33

2. Uji Kualitas Data	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Realibilitas	33
D. Uji Asumsi Klasik.....	35
a. Uji Normalitas.....	35
b. Uji Multikolineiritas	35
c. Uji Heteroskedasitas	36
d. Uji Linieritas	36
E. Uji Kesesuaian Model.....	37
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37
b. Uji F (ANOVA).....	37
F. Analisis Regresi Linear Berganda	38
G. Uji Hipotesis	39
a. Uji Parsial (Uji t).....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
2. Karakteristik Profil Responden.....	41
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..41	
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	41
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir	42
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Bekerja...43	
B. Hasil Uji Statatistik Deskriptif.....	43
1. Deskripsi Variabel Harga	46
2. Deskripsi Variabel Promosi.....	47
3. Deskirpsi Variabel Kualitas Pelayanan	48
4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	49
C. Hasil Uji Kualitas Data	50
1. Hasil Uji Validitas	50
2. Hasil Uji Reabilitas.....	52
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	53
1. Hasil Uji Normalitas	53
2. Hasil Uji Multikolonieritas	54
3. Hasil Uji Heterokedastisitas	54
4. Hasil Uji Linieritas	56
E. Hasil Uji Kesesuaian Mode	57
1. Hasil Uji Determinan (R^2)	57
2. Hasil Uji F ANOVA... ..	57
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	58
G. Hasil Uji Hipotesis.....	59
H. Pembahasan Hasil Penelitian	60

BAB V SIMUPLAN DAN SARAN.....	62
A. Simpulan.....	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan	4
1.2	Pra Survey	5
2.1	Peneliti Terdahulu	18
3.1	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	26
3.2	Operasionalisasi Variabel Harga	26
3.3	Operasionalisasi Variabel Promosi	27
3.4	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan	28
3.5	Instrumen Skala Likert	29
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	42
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Interpretasi Skor	43
4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif	44
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian	45
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Harga	46
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Promosi	47
4.10	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan	48
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	49
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	50
4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	50
4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	51
4.15	Hasil Uji Reliabilitas	52
4.16	Hasil Uji Normalitas	53
4.17	Hasil Uji Multikolonialitas	54

4.17 Hasil Uji Heteroskedesitas	54
4.18 Hasil Uji Linieritas Keputusan Pembelian & Harga	55
4.19 Hasil Uji Linieritas Keputusan Pembelian & Promosi	55
4.20 Hasil Uji Linieritas Keputusan Pembelian & Kualitas Pelayanan	55
4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.22 Hasil Uji F Analisis Of Varian (ANOVA).....	56
4.23 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	57
4.24 Hasil Uji Hipotesis	58



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	halaman
2.1	Model Kerangka Konseptual	22



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1. Kuesioner	66
2. Tabulasi Data	72
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	84
4. Hasil Uji Validitas.....	84
5. Hasil Uji Realibitas	94
6. Hasil Uji Asumsi Klasik	95
7. Hasil Uji Kesusiaan Model	97
8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda & Hipotesis.....	98
9. R TABEL, F TABEL, T TABEL.....	99

