

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IKEA**

SKRIPSI



Nama : Muhamad Alfian

Nim : 43121010083

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2025

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IKEA

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Muhamad Alfian

NIM : 43121010083

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Alfian

NIM : 43121010083

Program Studi : S1 Manajemen

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 dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 19 Juni 2025



Muhamad Alfian

43121010083

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI

 MERCU BUANA	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA						
No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : MUHAMAD ALFIAN
NIM : 43121010083
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IKEA
Hasil Pengecekan Turnitin : 29%
Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 July 2025

Kepala Biro Perpustakaan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

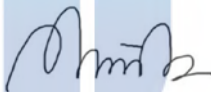
2025/Jul/10/0000000184/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Alfian
NIM : 43121010083
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IKEA
Tanggal Sidang : 19 Juni 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Shinta Rahmani, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-07255152



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

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan pembelian produk IKEA. Objek penelitian ini adalah seluruh customer IKEA. Penelitian ini dilakukan terhadap 135 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penentuan besarnya sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dengan alat ukur Partial Least Square (PLS). Oleh karena itu, hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk IKEA

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ikea



ABSTRACT

This study is to determine the effect of service quality, price, promotion on purchasing decisions for IKEA products. The object of this research is all IKEA customers. This research was conducted on 135 respondents using a quantitative descriptive approach. Determination of the sample size using purposive sampling technique and the approach used in this research is Structural Equation Model (SEM) with Partial Least Square (PLS) measuring instrument. Therefore, the results of this study state that the service quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has no positive and significant effect on purchasing decisions and promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions for IKEA products.

Keywords: Service Quality, Price and Promotion on Ikea Purchasing Decisions



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 KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IKEA”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih khususnya kepada Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberi saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis juga ingin berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberi dukungan moral serta material dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu terutama kepada :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr Nurul Hidayah, M.Si, Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Shinta Rahmani, Dr. SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan semangat, saran, waktu, tenaga, pikiran dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Para Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan ke ikhlasannya bersedia membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Bapak dan Ibu di bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah bersedia membantu segala urusan administrasi
7. Orang tua, keluarga, sahabat-sahabat yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Angkatan 2021 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita

Dengan segala kerendahan hati, penulis terbuka bagi yang ingin memberikan kritik maupun saran. Dalam hal ini, penulis akan menjadikannya sebagai salah satu referensi pembelajaran atas respon, persepsi hingga prespektif positif dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dikemudian hari

Jakarta, 16 Desember 2024

Muhamad Alfian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1	1
<i>A. Latar Belakang</i>	<i>1</i>
<i>B. Rumusan Masalah</i>	<i>16</i>
<i>C. Tujuan Masalah</i>	<i>16</i>
<i>D. Kontribusi Penelitian</i>	<i>17</i>
BAB II.....	18
<i>A. Kajian Pustaka</i>	<i>18</i>
1. Perilaku Konsumen	21
3. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	29
3. Harga	37
4. Promosi	40
<i>B. Penelitian Terdahulu</i>	<i>43</i>
<i>C. Model Penelitian</i>	<i>49</i>
<i>D. Pengembangan Hipotesis</i>	<i>49</i>
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian	49
2. Pengaruh Harga dengan Keputusan Pembelian	50
3. Pengaruh Promosi dengan Keputusan Pembelian	51
BAB III.....	52

A.	<i>Waktu dan Tempat Penelitian</i>	52
B.	<i>Desain Penelitian</i>	52
C.	<i>Definisi Operasional Variabel</i>	53
D.	<i>Skala Pengukuran Variabel</i>	57
E.	<i>Populasi dan Sampel Penelitian</i>	58
1.	Populasi.....	58
2.	Sampel.....	59
F.	<i>Metode Pengumpulan Data</i>	59
G.	<i>Metode Analisis Data</i>	60
1.	Analisis Deskriptif.....	60
2.	Uji Instrumen.....	61
3.	Analisis Partial Least Square (PLS).....	62
BAB IV		67
HASIL DAN PEMBAHASAN		67
A.	<i>Analisis Deskriptif</i>	67
1.	Gambaran Umum Dan Objek Penelitian.....	67
2.	Deskripsi Responden.....	68
3.	Deskripsi Variable.....	72
B.	<i>Analisis Partial Least Square</i>	75
1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	75
2.	Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	83
C.	<i>Pembahasan Hasil Penelitian</i>	86
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	87
2.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	87
3.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	88
BAB V		89
KESIMPULAN & SARAN		89
A.	<i>Kesimpulan</i>	89
2.	<i>Saran</i>	90
DAFTAR PUSTAKA		92

LAMPIRAN.....	95
---------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Ikea	5
Tabel 1. 2 Penjualan Retail di Indonesia	6
Tabel 1. 3 Pertumbuhan E commerce Tercepat Di Indonesia	7
Tabel 1. 4 Pendapatan Laba Rugi	10
Tabel 1. 5 Pra Survei.....	23
Tabel 3. 1 Operasional Variable Kualitas Pelayanan	54
Tabel 3. 2 Operasional Variable Harga	55
Tabel 3. 3 Operasional Variable Promosi	55
Tabel 3. 5 Lima Tingkatan Jawaban dengan Skala Likert	58
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	71
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	72
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Harga	73
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Promosi	73
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	74
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity Tahap 1	77
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity Tahap 2 (Modifikasi)	79
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Cross Loading	80
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Fornell-Lacker Criterion	81
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha	82
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Composite Reliability	83
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian R-Square	84
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Q Square Predictive Relevance	84
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Path Coefficient (Uji Hipotesis)	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4 1 Hasil Algoritma PLS Tahap 1.....	76
Gambar 4 2 Hasil Algoritma PLS Tahap 2 (Modifikasi)	78
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping.....	85

