

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI MELALUI
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Warung Nagih Mampang Prapatan)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Nama : Sevi Widya Ningrum

NIM : 43111010162

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI MELALUI
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Warung Nagih Mampang Prapatan)

SKRIPSI

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Nama : Sevi Widya Ningrum

NIM : 43111010162

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sevi Widya Ningrum

NIM : 43111010162

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 melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Juli 2015



Sevi Widya Ningrum

NIM: 43111010162

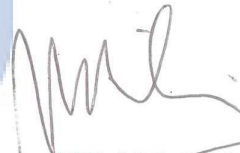
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sevi Widya Ningrum
NIM : 43111010162
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian.
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji



Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho. MM.

Mochamad Rizki Sadikin BBA, MBA.

Tanggal : 12/8/2015

Tanggal : 12/8/2015

MERCU BUANA

Dekan

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



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

Dr. Rina Astini, SE. MM.

Tanggal : 24/8/2015

Tanggal : 20/8 2015

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. karena atas rahmat dan karunia yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Penelitian ini yang diberi judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian”**. Penyusunan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Pembina Paduan Suara Mahasiswa Universitas Mercu Buana sekaligus dosen pembimbing.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE. MM, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Ibu Hesti Maheswari, SE, MSi, selaku penelaah proposal skripsi yang telah banyak memberikan masukan untuk kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh dosen-dosen dan staf Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
6. Buat kedua orangtua tercinta dan kakak yang telah memberi semangat dan mendukung atas segala cara sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.
7. Responden yang telah mengisi kuesioner penelitian saya di Warung Nagih wilayah Mampang Prapatan yang telah bersedia menyediakan waktu untuk memberikan bantuan selama pengumpulan data.
8. Teman-teman Paduan Suara Mahasiswa Universitas Mercu Buana khususnya angkatan 2011 (Yogie, Yoga, Amel, Osali, Ina, Ayas, Meyda, Reza, Ganea, Putri, Gusnia, Adit dan Sucitra) yang telah memberikan semangat dan kebersamaannya selama ini. Terkhusus untuk Yogie Pratama, SE. yang telah memotivasi, membimbing dan meminjamkan laptopnya sekaligus menjadi sahabat dalam suka dan duka.
9. Kepada sahabat tercinta Wulandari, Ginanjar, Candra, Siti, Resa, Dody yang telah memberi semangat kepada penulis.
10. Semua teman-teman seperjuangan Manajemen S1 angkatan 2011 khususnya teman sepermainan (Indah, Andri, Ella, Amel, Windy dan Ghea) dan teman seperjuangan Irma serta yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas kebersamaan dan suka dukanya selama menuntut ilmu di Universitas Mercu Buana, khususnya untuk Ghea Liantiari, SE. yang telah bersedia meminjamkan laptop.

11. Ruang C-416 yang menjadi tempat berkumpulnya anggota Paduan Suara Universitas Mercu Buana, tempat berlatih, belajar musik dan belajar organisasi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun dalam penyajian data. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca supaya bisa menjadi sempurna dalam tugas akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juni 2015

Sevi Widya Ningrum



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
 HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	
1. Teori Manajemen	
a. Pengertian Manajemen	7
2. Teori Manajemen Pemasaran	
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	7

3. Teori Bauran Pemasaran	
a. Pengertian Bauran Pemasaran	8
4. Teori Kualitas Pelayanan	
a. Pengertian Kualitas	10
b. Pengertian Kualitas Pelayanan	10
c. Indikator Kualitas Pelayanan	11
5. Teori Promosi Melalui Media Sosial	
a. Pengertian Promosi Melalui Media Sosial	13
b. Fungsi Promosi	14
c. Tujuan Promosi	16
d. Bauran Promosi	18
e. Indikator Promosi Penjualan	22
6. Teori Keputusan Pembelian	
a. Pengertian Keputusan Pembelian	22
b. Proses Pengembalian Keputusan	23
7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	25
8. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	27
9. Penelitian Terdahulu	30
B. Rerangka Pemikiran	31
C. Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Desain penelitian	33
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	34
D. Skala Pengukuran	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian	
1. Populasi Penelitian	37
2. Sampel Penelitian	38
F. Teknik Pengumpulan Data	
1. Data Primer	
a. Wawancara	38
b. Kuesioner	39
2. Data Sekunder	39
G. Metode Analisis Data	
1. Uji Kualitas Data	
a. Uji Validitas	39
b. Uji Reliabilitas	40
2. Uji Asumsi Klasik	
a. Uji Normalitas	41
b. Uji Multikolinieritas	41
c. Uji Heteroskedistisitas	42
3. Analisis Regresi Berganda	43

4. Uji Hipotesis	
a. R^2 Koefisien Determinasi	44
b. Uji F	44
c. Uji t	45

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Tempat dan Waktu Penelitian	47
2. Sejarah Singkat Warung Nagih	47
3. Karakteristik Profil Responden	48
4. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Kuesioner	52

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian	
a. Uji Validitas	75
b. Uji Reliabilitas	78

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas	79
2. Uji Multikolinearitas	81
3. Uji Heteroskedastisitas	83

D. Analisis Regresi Berganda

E. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi	85
2. Uji F	86

3. Uji t	87
F. Pembahasan	88
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
A. Simpulan	90
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	

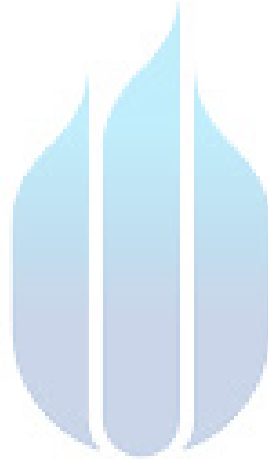


DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah Konsumen yang Membeli di Warung Nagih	3
2.1 Penelitian Terdahulu	30
3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan	35
3.2 Operasionalisasi Variabel Promosi Melalui Media Sosial	36
3.3 Skala Pengukuran	37
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pengunjung	52
4.6 Pertanyaan 1	53
4.7 Pertanyaan 2	54
4.8 Pertanyaan 3	54
4.9 Pertanyaan 4	55
4.10 .Pertanyaan 5	55
4.11 .Pertanyaan 6	56
4.12 .Pertanyaan 7	57
4.13 .Pertanyaan 8	57
4.14 .Pertanyaan 9	58

4.15 .Pertanyaan 10	59
4.16 .Pertanyaan 11	59
4.17 .Pertanyaan 12	60
4.18 .Pertanyaan 13	61
4.19 .Pertanyaan 14	61
4.20 .Pertanyaan 15	62
4.21 .Pertanyaan 16	63
4.22 .Rekapitulasi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	64
4.23 Pertanyaan 17.....	65
4.24 Pertanyaan 18	66
4.25 Pertanyaan 19	66
4.26 Pertanyaan 20	67
4.27 Pertanyaan 21	68
4.28 Rekapitulasi Jawaban Variabel Promosi Melalui Media Sosial	69
4.29 Pertanyaan 22	70
4.30 Pertanyaan 23	70
4.31 Pertanyaan 24	71
4.32 Pertanyaan 25	72
4.33 Pertanyaan 26	73
4.34 Rekapitulasi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	74
4.35 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	76
4.36 Uji Validitas Promosi Melalui Media Sosial	77
4.37 Uji Validitas Keputusan Pembelian	77

4.38 Uji Reliabilitas	78
4.39 Uji Normalitas	80
4.40 Uji Multikolinearitas	82
4.41 Uji Analisis Regresi Berganda	84
4.42 Uji Koefisien Determinasi	85
4.43 Uji F	86
4.44 Uji t	87



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

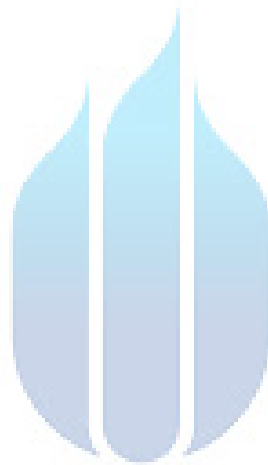
DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Rerangka Pemikiran	31
4.1 Grafik Penyebaran P-Plot	81
4.2 Uji Heteroskedastisitas	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	94
Lampiran 2 Tabulasi Data	99
Lampiran 3 Hasil Analisis Data.....	109



UNIVERSITAS
MERCU BUANA