

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM BAKAR "G"
(STUDI KASUS PELANGGAN KOTA BOGOR)**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

AHMAD KANJI
NIM: 2411807137



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM BAKAR "G"
(STUDI KASUS PELANGGAN KOTA BOGOR)**

Oleh:

Nama : AHMAD KANJI
NIM : 2411807137
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 19 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE.,MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM BAKAR "G"
(STUDI KASUS PELANGGAN KOTA BOGOR)**

Oleh:

Nama : AHMAD KANJI
NIM : 2411807137
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 19 Agustus 2022
Waktu : 09:20 – 10:40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Maya Andini Kartikasari, SP, MM (*Maya Andini*)

Penguji II : Nuryani Susana, S.Pd., SH., MH (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Kanji
NIM : 2411807137
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201272311990005
Alamat : Kp. Balandongan, rt 02 rw 03, Desa Ciherang Pondok,
Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Bakar "G" ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 19 Agustus 2022

AHMAD KANJI

ABSTRAK

AHMAD KANJI. NIM 2411807137. Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Bakar "G" (Studi Kasus Kota Bogor).

Rumah makan ialah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk produk dan pelayanannya, seperti Warung tenda "G". Warung tenda ini tergolong sukses dengan omset rata-rata per malam dapat mencapai antara 5 hingga 6,5 juta rupiah karena didukung beberapa kelebihan yang dimiliki Warung Tenda ini seperti kualitas kesegaran bahan yang masih terjaga dengan baik, kualitas produk dari segi cita rasa ayam bakarnya yang lezat dengan harga ekonomis, dan beberapa kelebihan lainnya. Oleh karena itu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian apakah bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ayam bakar "G" (Studi kasus kota Bogor).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Bakar "G" (Studi Kasus Kota Bogor). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Simple Random Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 66,40% faktor-faktor keputusan pembelian ayam bakar "G" dijelaskan oleh kualitas produk, harga, tempat, promosi, dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 33,60% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan Uji F menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ayam bakar "G" dengan hasil analisis $F_{hitung} = (40,199) > F_{tabel} = (2,311)$. Hasil Uji t menunjukkan variabel produk memiliki hasil $t_{hitung} (10,211)$ dimana $t_{tabel} (1,985)$ maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel harga menunjukkan hasil $t_{hitung} (0,051)$, tempat $(0,021)$ promosi $(-0,035)$, kualitas pelayanan $(0,100)$ dimana $t_{tabel} (1,985)$ maka secara parsial variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ayam bakar "G". Bisa dijelaskan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian ayam bakar "G" adalah variabel produk.

Kata kunci: produk, harga, tempat, promosi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

AHMAD KANJI. NIM 2411807137. *The Influence of Marketing Mix and Service Quality on the Purchasing Decision of "G" Grilled Chicken (Case Study of Bogor City).*

Restaurant is a general term to describe a gastronomic business that serves food to the public and provides a place to enjoy a meal and sets certain rates for its products and services, such as "G" tent stall. This tent stall is quite successful with an average turnover per night that can reach between 5 to 6.5 million rupiah because it is supported by several advantages that this tent stall has, such as the quality of the freshness of the ingredients that are still well maintained, the quality of the product in terms of the taste of the grilled chicken is delicious at an economical price, and several other advantages. Therefore, the authors are interested in conducting research on whether the marketing mix and service quality affect the decision to purchase "G" grilled chicken (Case Study of Bogor City).

The purpose of this study was to determine the effect of marketing mix and service quality on the purchasing decision of "G" Grilled Chicken (Case Study of Bogor City). The type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection is done by means of Simple Random Sampling. The sample is 100 respondents.

The results of the regression test showed that 66.40% of the decision factors for purchasing "G" grilled chicken were explained by product quality, price, place, promotion, and service quality, while the remaining 33.60% was explained by other factors. examined in the study. this. While the F test shows that the independent variables consisting of product, price, place, promotion, and service quality simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions for "G" grilled chicken with the results of the analysis $F_{count} = (40,199) > F_{table} = (2,311)$. The results of the t test show that the product variable has $t_{count} (10.211)$ where $t_{table} (1.985)$ then partially the variable has a significant effect on purchasing decisions while the price variable shows the results of $t_{count} (0.051)$, place (0.021) promotion (-0.035) , quality service (0.100) where $t_{table} (1.985)$ then partially these variables have no significant effect on the decision to purchase the "G" grilled chicken. It can be explained that the most dominant variable influencing the decision to purchase the "G" grilled chicken is the product variable.

Keywords: product, price, place, promotion, service quality, purchasing decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT penulis panjatkan karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Keberhasilan penulis dalam melakukan penelitian dan menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Bakar ”G” (Studi Kasus Pelanggan Kota Bogor)”** ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih sebesar-besarnya terutama kepada berbagai pihak berikut ini:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE., MM sebagai pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya, arahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Bapak Priatna Setiawan yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis dari awal sampai akhir perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

8. Keluarga besar Asy-Syifa yang telah menjadi *support system* bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Keluarga Bapak Payumi yang telah memberi dukungan dan doa kepada penulis dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
10. Rekan-rekan mahasiswa kelas khususnya angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu, penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 19 Agustus 2022
Penulis,

AHMAD KANJI
NIM: 2411807137

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Perumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Produk	9
2.1.2 Harga	11
2.1.3 Tempat/Lokasi	13
2.1.4 Promosi.....	13
2.1.5 Kualitas Pelayanan	14
2.1.6 Keputusan Pembelian	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Berpikir	21
2.4 Hipotesis	23
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Jenis dan Metode Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Definisi Operasional Variabel	29
3.5.1 Variabel Bebas	29
3.5.2 Variabel Terikat.....	31

3.6 Teknik Analisis Data	33
3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran.....	33
3.6.2 Persamaan Regresi	35
3.6.3 Uji Kualitas Data	36
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.5 Uji Hipotesis.....	40
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil penelitian	44
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.2. Karakteristik Responden	44
4.1.3. Tanggapan Responden	46
1. Produk (X_1)	46
2. Harga (X_2)	47
3. Tempat/lokasi (X_3)	49
4. Promosi (X_4)	51
5. Kualitas Pelayanan (X_5)	52
7. Keputusan Pembelian (Y)	53
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	55
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	58
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	58
1. Uji Normalitas	58
2. Uji Multikolinieritas	59
3. Uji Heteroskedastisitas	60
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	61
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	61
2. Hasil Uji F (Uji Simultan)	62
3. Koefisien Determinasi	63
4. Hasil Uji t (Uji Parsial)	64
5. Pengaruh Dominan	65
4.2. Pembahasan	65
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	69
5.2. Saran	69
 DAFTAR PUSTAKA	71
KUESIONER	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendapatan Warung Tenda "G"	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	25
Tabel 3.2 Jumlah Sampel pelanggan Warung Tenda "G" di kota Bogor	28
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.4 Angka Penafsiran	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	45
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Variabel Produk.....	46
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Variabel Harga.....	47
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Tempat/Lokasi	49
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Promosi	51
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	52
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Tempat/Lokasi.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Berganda.....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji F	63
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	73
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian.....	77
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	79
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas)	80
Lampiran 5. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis)	86
Lampiran 6. Kartu Bimbingan	90
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	91
Lampiran 8. Tabel F.....	92
Lampiran 9. Tabel t	93