

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU CIMORY
DI MISS CIMORY CENTER CIBINONG**

SKRIPSI

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

Oleh:

RAHMAT HIDAYAT
NIM: 2411807200



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU CIMORY
DI MISS CIMORY CENTER CIBINONG**

Oleh:

Nama : RAHMAT HIDAYAT
NIM : 2411807200
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 22 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Nurdin Rifa'i, SE, MSc.MAP

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

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU CIMORY
DI MISS CIMORY CENTER CIBINONG**

Oleh:

Nama : RAHMAT HIDAYAT
NIM : 2411807200
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 22 Agustus 2022
Waktu : 09.00 – 10.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Eko Wahyu Widayat, S.Si, SE, MM ()

Penguji II : Altatit Dianawati, S.Si, MM ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RAHMAT HIDAYAT
NIM : 2411807200
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201040603880003
Alamat : Kp. Setu Sela Rt 01 Rw 01 Desa Pasir Jambu
Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Susu Cimory di Miss Cimory Center Cibinong ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, 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.

Bogor, 22 Agustus 2022

RAHMAT HIDAYAT

ABSTRAK

RAHMAT HIDAYAT. NIM 2411807200. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cimory di Miss Cimory Center Cibinong.

Saat ini perusahaan-perusahaan mulai bergerak kembali pasca adanya pandemi covid 19, banyak perusahaan yang mulai bersaing kembali untuk mendapat peluang pasar. Salah satunya yaitu dibidang penjualan susu baik yang skala besar maupun yang skala kecil mulai banyak bermunculan kembali. Ada beberapa permasalahan yang harus dihadapi seperti adanya daya saing dalam hal harga yang memang harga susu saat ini tergolong cukup tinggi, program promosi yang dilakukan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, jangkauan pasar yang belum meluas, kurangnya kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang didapatkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, promosi dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Membeli susu cimory di Miss cimory Center Cibinong. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling. Adapun sampel tersebut berjumlah 86 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 70,70% faktor-faktor keputusan membeli dapat dijelaskan oleh harga, promosi dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 29,30% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (69,338) > F_{tabel} (2,712)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga menunjukkan hasil analisis thitung (3,799) dan variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil analisis thitung (5,741) dimana $t_{tabel} (1,664)$ maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli susu cimory di Miss cimory Center Cibinong. Adapun variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli susu cimory di Miss cimory Center Cibinong dengan nilai hasil analisis thitung (0,001). Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan membeli susu cimory di Miss cimory Center Cibinong adalah kualitas pelayanan.

Kata kunci : Harga, Promosi, Kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

RAHMAT HIDAYAT. NIM 2411807200. The Influence of Price, Promotion and Service Quality on Cimory Milk Purchase Decisions at Miss Cimory Center Cibinong

Currently, companies are starting to move again after the COVID-19 pandemic, many companies are starting to compete again for market opportunities. One of them is in the field of milk sales, both large and small scale, began to appear again. There are several problems that must be faced such as competitiveness in terms of price, which is indeed the current price of milk is quite high, promotional programs that are not in accordance with what is expected, market reach that has not been expanded, lack of consumer satisfaction with the quality of service obtained.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, promotion and service quality on the decision to buy cimory milk at Miss Cimory Center Cibinong. The type of research used is explanatory research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was done by purposive sampling. The sample amounted to 86 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test showed that 70.70% of the buying decision factors could be explained by price, promotion and service quality, while the remaining 29.30% was explained by other factors not examined in this study. While the results of the F test show that simultaneously the price, promotion and service quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions with the results of the analysis that the value of F_{count} (69.338) > F_{table} (2.712). The results of the t -test indicate that the price variable shows the results of the analysis t_{count} (3.799) and the service quality variable shows the results of the analysis t_{count} (5.741) where t_{table} (1.664) then partially both variables have a positive and significant effect on the decision to buy cimory milk at Miss Cimory Center Cibinong. The promotion variable does not have a positive and significant effect on the decision to buy cimory milk at Miss Cimory Center Cibinong with a value of t -count analysis (0.001). The dominant variable influencing the decision to buy cimory milk at Miss Cimory Center Cibinong is service quality.

Keywords: Price, Promotion, Quality of service, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian susu cimory di miss cimory center cibinong ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh antara harga, promosi dan kualitas pelayanan, terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui model retail seperti apa yang diinginkan perusahaan di masa yang akan datang.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE, MSc.MAP 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, SH 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 yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Ibu Novie Nostalgia A, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi
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. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ibu Ida selaku Leader Miss Cimory Center Cibinong yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ayahanda Hasan dan Ibunda Linah Kirana serta Istri tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.
11. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa 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. Amiin.

Bogor, 22 Agustus 2022
Penulis,

RAHMAT HIDAYAT
NIM : 2411807200

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. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan 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	8
2.1.1 Pengertian Harga.....	8
2.1.2 Pengertian Promosi	12
2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian	26
2.2. Penelitian Terdahulu	31
2.3. Kerangka Konseptual	34
2.4. Hipotesis	35
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.2. Jenis Penelitian	36
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.3.1. Populasi	37
3.3.2. Sampel	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data	38
3.5. Definisi Operasional Variabel	39
3.5.1. Variabel Bebas	39
3.5.2. Variabel Terikat	41
3.6. Teknik Analisis Data	43
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	43
3.6.2. Persamaan Regresi	44
3.6.3. Uji Kualitas Data	45
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	45

3.6.5. Uji Hipotesis	46
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	48
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.2. Karakteristik Responden	49
4.1.3. Tanggapan Responden	52
1. Harga (X1)	52
2. Promosi (X2)	55
3. Kualitas Pelayanan (X3)	57
4. Keputusan Pembelian (Y)	61
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	65
1. Uji Validitas	65
2. Uji Reliabilitas	67
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	68
1. Uji Normalitas	68
2. Uji Multikolinieritas	69
3. Uji Heteroskedastisitas	70
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	70
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	71
2. Hasil Uji F (Simultan)	72
3. Koefisien Determinasi	73
4. Hasil Uji t (Parsial)	73
5. Pengaruh Dominan	74
4.2. Pembahasan	75
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	77
5.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Omset Penjualan Cimory	2
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1. Rencana Penelitian	36
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	50
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	52
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi	55
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	66
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	66
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	66
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	69
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Berganda	71
Tabel 4.13. Hasil Uji F	72
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3. Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas	69
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan	81
Lampiran 2. Kuesioner	82
Lampiran 3. Tabulasi Data	87
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	89
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	96
Lampiran 6. Riwayat Hidup	97
Lampiran 7. Tabel F, r dan t	98