

HUBUNGAN PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN CLAIMONT PATISSERIE KELAPA GADING

SKRIPSI

OLEH :

DEFI NOVITASARI

NPK : 211000094



PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2015

HUBUNGAN PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN CLAIMONT PATISSERIE KELAPA GADING

SKRIPSI

OLEH :

DEFI NOVITASARI

NPK : 211000094



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2015

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

### **HUBUNGAN PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CLAIRMONT PATISSERIE KELAPA GADING**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 27 Agustus 2015

**Defi Novitasari**

211000094

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul :

### **HUBUNGAN PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CLAIRMONT PATISSERIE KELAPA GADING**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Gatot prabantoro, SE, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 18 Agustus 2015

Menyetujui  
Pembimbing,

Mengetahui  
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,

Gatot prabantoro, SE, MM

Drs. Budiono, M.Sc

## **PANITIA PENGUJI SKRIPSI**

Skripsi dengan judul :

**HUBUNGAN PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN CLAIRMONT PATISSERIE KELAPA GADING**

Telah diuji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), pada tanggal **27 Agustus 2015** dengan nilai **B**

### **Panitia Ujian Skripsi :**

1. .... : Drs. Budiono, M.Sc (Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2. .... : Drs. Soemitro, M.Sc (Sekretaris S-1 Manajemen)
3. .... : Gatot Prabantoro, SE, MM (Pembimbing)
4. .... : Drs. Imron HR, MM (Anggota Penguji)
5. .... : Ir. Dwi Windu S, Ms (Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Gatot Prabantoro, SE, MM Atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Marorong, MSc, selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
3. Bapak Drs. Budiono, MSc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, MSc, selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap Dosen di Program Studi S-1 Manajemen STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
6. Seluruh karyawan Clairmont Patisserie Kelapa Gading yang telah banyak membantu dalam melakukan penelitian.
7. Bapak, Mama, Mba Reni, Mas Ajie, Mas Andi yang selalu memberikan kasih sayang, nasihat, dukungan dan doa.

Penelitian menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 13 Oktober 2015

**Defi Novitasari**  
211000094

DefiNovitasari

Dosen Pembimbing :

NPK 211000094

Gatot prabantoro, SE, MM

Program Studi S1 Manajemen

**HUBUNGAN PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN CLAIRMONT PATISSERIE KELAPA GADING**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan promosi, harga, dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen Clairmont Patisserie. Penelitian ini dilakukan di Clairmont Patisserie Kelapa Gading. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 86 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Penelitian ini menggunakan alat analisis koefisien korelasi parsial dan koefisien korelasi berganda serta pengujian hipotesis secara simultan.

Hasil korelasi parsial untuk variabel promosi dengan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,496, artinya hubungan kedua variabel tersebut sedang. Untuk korelasi parsial harga dengan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,058, artinya hubungan antara kedua variabel tersebut sangat lemah. Korelasi parsial untuk variabel kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,855, yang artinya hubungan antara kedua variabel tersebut adalah sangat kuat. Sedangkan koefisien korelasi berganda sebesar 0,896, hal ini menunjukkan hubungan antara promosi dan harga serta kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen adalah sangat kuat dengan hubungan yang bersifat positif atau searah. Artinya bila promosi, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan baik maka kepuasan konsumen pun akan baik.

Hasil pengujian hipotesis parsial pertama menunjukkan terdapat hubungan positif antara promosi dengan keputusan pembelian konsumen. Hasil pengujian hipotesis parsial kedua menunjukkan tidak terdapat hubungan positif antara harga dengan keputusan pembelian konsumen. Hasil pengujian hipotesis parsial ketiga menunjukkan terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen. Sedangkan pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan adanya hubungan positif antara promosi dan harga serta kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen.

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

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Masalah Penelitian .....	1
1.1.1. Latar belakang masalah .....	1
1.1.2. Perumusan masalah pokok penelitian .....	3
1.1.3. Spesifikasi masalah pokok penelitian.....	4
1.2. Kerangka Teori.....	4
1.2.1. Identifikasi variabel-variabel penelitian.....	4
1.2.2. Uraian konseptual tentang variabel.....	4
1.2.3. Hipotesis penelitian .....	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan penelitian .....	6
1.3.2. Kegunaan penelitian .....	6
1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	7



	<b>Halaman</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Pengertian pemasaran.....	12
2.2.2. Pengertian jasa.....	13
2.2.3. Pengertian promosi.....	15
2.2.4. Pengertian harga.....	16
2.2.5. Pengertian kualitas pelayanan.....	17
2.2.6. Pengertian keputusan pembelian konsumen.....	19
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian.....	23
2.3.1. Hubungan harga produk dengan kepuasan pelanggan.....	23
2.3.2. Hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.....	23
2.3.3. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan...	24
2.3.4. Hubungan harga produk, kualitas produk dan kualitas Pelayanan dengan kepuasan pelanggan.....	24
 <b>BAB III PROSEDUR PENELITIAN.....</b>	 <b>26</b>
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.2. Strategi dan Metoda Penelitian.....	26
3.2.1. Strategi penelitian.....	26
3.2.2. Metoda penelitian.....	26
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.3.1. Populasi penelitian.....	27
3.3.2. Sampel penelitian.....	27
3.4. Unit-unit Analisis Penelitian.....	28
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6. Instrumen Pengumpulan Data.....	29
3.7. Metoda Analisis Data.....	32
3.7.1. Pengolahan data.....	33
3.7.2. Penyajian data.....	33
3.8. Analisis Statistik Data.....	33
3.8.1. Analisa korelasi parsial.....	34

3.8.2. Analisa korelasi berganda.....	36
3.8.3. Pengujian hipotesis.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
4.1. Deskripsi Perusahaan .....	39
4.2. Deskripsi Responden dan Data .....	40
4.2.1. Deskripsi responden .....	40
4.2.2. Deskripsi data .....	41
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	44
4.3.1. Uji validitas.....	44
4.3.2. Uji reliabilitas .....	46
4.4. Analisis Statistik Data .....	48
4.4.1. Analisa korelasi parsial.....	48
4.4.2. Analisa korelasi berganda.....	50
4.4.3. Pengujian hipotesis.....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>54</b>
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran .....	55
<b>DAFTAR KUTIPAN.....</b>	<b>56</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1.</b> Indikator Variabel Promosi.....	29
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator Variabel Harga.....	30
<b>Tabel 3.3.</b> Indikator Variabel Kualitas Pelayanan .....	30
<b>Tabel 3.4.</b> Indikator Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	31
<b>Tabel 3.5.</b> Skala Likert .....	32
<b>Tabel 3.6.</b> Interpretasi Koefisien Korelasi .....	34
<b>Tabel 4.1.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	40
<b>Tabel 4.2.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
<b>Tabel 4.3.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
<b>Tabel 4.4.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	44
<b>Tabel 4.5.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	44
<b>Tabel 4.6.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	45
<b>Tabel 4.7.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen .....	45
<b>Tabel 4.8.</b> Hasil Uji Reliabilitas Promosi .....	46
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil Uji Reliabilitas Harga .....	47
<b>Tabel 4.10.</b> Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	47
<b>Tabel 4.11.</b> Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Konsumen .....	48
<b>Tabel 4.12.</b> Korelasi Parsial Promosi dengan Keputusan Pembelian Konsumen... ..	48
<b>Tabel 4.13.</b> Korelasi Parsial Harga dengan Keputusan Pembelian Konsumen... ..	49
<b>Tabel 4.14.</b> Korelasi Parsial Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	49
<b>Tabel 4.15.</b> Korelasi Berganda .....	50

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 4.1.</b> Diagram Skala Likert Variabel Promosi.....	42
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Variabel Harga.....	42
<b>Gambar 4.3.</b> Diagram Skala Likert Variabel Harga Produk.....	43
<b>Gambar 4.4.</b> Diagram Skala Likert Variabel Kepuasan Konsumen .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	Kuesioner.....	59
<b>Lampiran 2</b>	Tabulasi Skor Variabel Promosi.....	63
<b>Lampiran 3</b>	Tabulasi Skor Variabel Harga.....	65
<b>Lampiran 4</b>	Tabulasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan.....	67
<b>Lampiran 5</b>	Tabulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	69
<b>Lampiran 6</b>	Tabulasi Skor Ganjil-Genap Variabel Promosi.....	71
<b>Lampiran 7</b>	Tabulasi Skor Ganjil-Genap Variabel Harga.....	73
<b>Lampiran 8</b>	Tabulasi Skor Ganjil-Genap Variabel Kualitas Pelayanan.....	75
<b>Lampiran 9</b>	Tabulasi Skor Ganjil-Genap Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	77
<b>Lampiran 10</b>	Hasil Uji Validitas Promosi.....	79
<b>Lampiran 11</b>	Hasil Uji Validitas Harga.....	80
<b>Lampiran 12</b>	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	81
<b>Lampiran 13</b>	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	82
<b>Lampiran 14</b>	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	83
<b>Lampiran 15</b>	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	83
<b>Lampiran 16</b>	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	83
<b>Lampiran 17</b>	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	83
<b>Lampiran 18</b>	Hasil Uji Korelasi Parsial Variabel Promosi.....	84
<b>Lampiran 19</b>	Hasil Uji Korelasi Parsial Variabel Harga.....	84
<b>Lampiran 20</b>	Hasil Uji Korelasi Parsial Variabel Kualitas Pelayanan.....	85
<b>Lampiran 21</b>	Hasil Uji Korelasi Berganda.....	86
<b>Lampiran 22</b>	Daftar Riwayat Hidup.....	87
<b>Lampiran 23</b>	Surat Keterangan Riset.....	88