

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI
HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi kasus Supermarket Transmart Carrefour Cempaka Putih)

SKRIPSI

**ACHMAD SYACHRONI
21160000466**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI
HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi kasus Supermarket Transmart Carrefour Cempaka Putih)

SKRIPSI

**ACHMAD SYACHRONI
21160000466**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 15 September 2020



Achmad Syachroni
NPM 21160000466

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

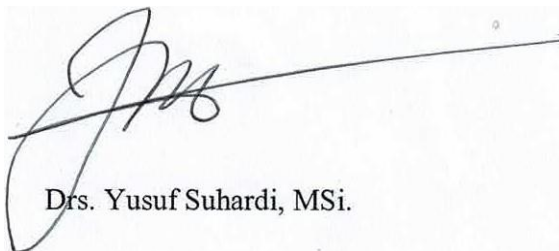
PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Yusuf Suhardi, MSi dan diketahui oleh Kepala Program Studi Muhmmad Ramaditya, BBA., M.Sc serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 15 September 2020

Pembimbing,

Kepala Program Studi
S-1 Manajemen



Drs. Yusuf Suhardi, MSi.



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc


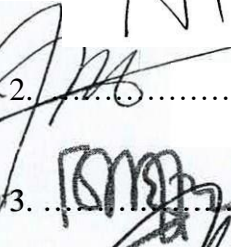


HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal Agustus 2020 dengan nilai **B+**.

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Kepala Program Studi Manajemen)
2. ; Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM
(Pembimbing)
3. ; Dr. Diah Pralitasari, SP., MM
(Anggota Penguji)
4. ; Rama Chandra, SE., ME
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen 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 ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi, MSi. atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Rama Chandra, SE., ME dan Ibu Dr. Diah Pranitasari, SP., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran serta kritikan selama proses sidang.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ)
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
7. Orang tua mama Sapuroh dan nenek Hj. Muchani yang telah memberikan yang terbaik bagi penulis serta selalu memberikan dukungan yang sebesar-besarnya baik moril dan materil serta memberi semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakaku tercinta Nurria Sutianingsih, om dan tante yang selalu memberikan doa, menyemangati agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

9. Bapak Wahyudin, SE. Selaku Manager Grocery Transmart Carrefour Cempaka Putih dan juga seluruh karyawan yang telah membantu memberikan data dan bantuan yang dibutuhkan peneliti.
10. Teman teman angkatan D 2016 (terutama Nuur anisa, Ryan julianus, Nurisa afani eka putri, Arline Puspitasari, Muhammad Amien rais, Aldy Saputra, Gilar Aji, Farhaeny, Intan ayu cahyani) atas dukungan yang diberikan dan semangatnya.
11. Teman kantor (Siti aisyah ningrum, Zulfatun Ni'mah, Anne septiani putri, Meylia saraswati, Suroto, Tri sakti, Zahir) yang telah mendoakan dan memberikan semangat selama ini.
12. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan kerjasamanya.

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



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Syachroni
NPM : 21160000466
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 September 2020

Yang menyatakan

Achmad Syachroni

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Pengertian pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Pengertian produk	Error! Bookmark not defined.

2.2.3.	Pengertian keragaman produk	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.	Pengertian Persepsi Harga	Error! Bookmark not defined.
2.2.5.	Pengertian kualitas pelayanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.6.	Pengertian keputusan pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.	Hubungan antar Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1.	Pengaruh Keragaman produk dengan keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.3.2.	Pengaruh Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.3.3.	Pengaruh Kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.4.	Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODA PENELITIAN.....		Error! Bookmark not defined.
3.1	Strategi dan Metoda Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.	Strategi penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2.	Metode penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.	Populasi penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2.	Sampel penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.	Metoda Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.	Data Primer	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.	Data sekunder	Error! Bookmark not defined.
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1.	Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2.	Pengujian instrumen penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5	Metoda Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.

3.5.1.	Pengolahan data	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Penyajian data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Metode Analisis Statistik Data.....	Error! Bookmark not defined.
	Uji Hipotesis T Secara Parsial (Uji-T).....	Error! Bookmark not defined.
	Uji Hipotesis Simultan (Uji-F)	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1	Deskripsi perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.2.	Deskripsi Responden	Error! Bookmark not defined.
4.3	Analisis <i>Pre-Test</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Uji Validitas (<i>Pre-Test</i>).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Uji Reliabilitas (<i>Pre-Test</i>).....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Deskripsi data	Error! Bookmark not defined.
4.5.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1.	Uji Validitas (<i>full test</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.5.2.	Uji Reliabilitas (<i>full test</i>).....	Error! Bookmark not defined.
4.6.	Analisis Statistik Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1.	Analisis Regresi.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.2.	Koefisien Determinasi (KD)	Error! Bookmark not defined.
4.6.3.	Pengujian Hipotesis (Uji T)	Error! Bookmark not defined.
4.6.4.	Pengujian Hipotesis (Uji F).....	Error! Bookmark not defined.
4.7.	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.1.	Pengaruh Keragaman Produk Supermarket Transmart Carrefour Cempaka Putih terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	Error! Bookmark not defined.
4.7.2.	Pengaruh Persepsi Harga Supermarket Transmart Carrefour Cempaka Putih terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	Error! Bookmark not defined.

4.7.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Supermarket Transmart Carrefour Cempaka Putih terhadap Keputusan Pembelian Konsumen **Error! Bookmark not defined.**

4.7.4. Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Supermarket Transmart Carrefour Cempaka Putih terhadap Keputusan Pembelian Konsumen **Error! Bookmark not defined.**

BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... Error! Bookmark not defined.

5.1. Kesimpulan..... **Error! Bookmark not defined.**

5.2. Saran **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA..... Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Tabel Brand Switching Analysis kategori Supermarket.....	4
Tabel 3.1. Kriteria Pengukuran Instrumen penelitian.....	48
Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian.....	49
Tabel 4.1. Uji Validitas <i>Pre test</i>	66
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas <i>Pre test</i>	67
Tabel 4.3. Uji Validitas Keragaman Produk X1 <i>Full test</i>	70
Tabel 4.4. Uji Validitas Persepsi Harga X2 <i>Full Test</i>	70
Tabel 4.5. Uji Validitas Kualitas Pelayanan X3 <i>Full test</i>	71
Tabel 4.6. Uji Validitas Keputusan Pembelian Y.....	71
Tabel 4.7. Uji Reliabilitas <i>Full test</i>	72
Tabel 4.8 Analisa Regresi Berganda.....	73
Tabel 4.9. Koefisien Determinasi (KD).....	73
Tabel 4.10. Hasil Uji T Semua Variabel Penelitian	75
Tabel 4.11. Hasil Anova Uji F	77

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1.	Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	35
Gambar 2.2.	Kerangka Konseptual.....	42
Gambar 4.1.	Jenis Kelamin Responden.....	62
Gambar 4.2.	Usia Responden.....	63
Gambar 4.3.	Pendidikan Terakhir Responden.....	63
Gambar 4.4.	Pekerjaan Responden.....	64
Gambar 4.5.	Status Perkawinan Responden.....	64
Gambar 4.6.	Frekuensi Pembelian Responden.....	65
Gambar 4.7.	Diagram Likert Keragaman Produk (X ₁).....	68
Gambar 4.8.	Diagram Likert Persepsi Harga (X ₂).....	68
Gambar 4.9.	Diagram Likert Kualitas Pelayanan (X ₃).....	69
Gambar 4.10.	Diagram Likert Keputusan Pembelian (Y).....	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Struktur Organisasi.....	90
Lampiran 3. Tabulasi Skor Variabel Keragaman Produk (X ₁).....	91
Lampiran 4. Tabulasi Skor Variabel Persepsi Harga (X ₂).....	94
Lampiran 5. Tabulasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X ₃).....	97
Lampiran 6. Tabulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	100
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keragaman Produk (X ₁) <i>Pre test</i>	103
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Harga (X ₂) <i>Pre test</i>	104
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X ₃) <i>Pre test</i>	105
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) <i>Pre test</i>	106
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keragaman Produk (X ₁) <i>Full test</i>	107
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Harga (X ₂) <i>Full test</i>	108
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X ₃) <i>Full test</i>	109
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) <i>Full test</i>	110
Lampiran 15. Hasil Uji Korelasi Parsial Variabel.....	111
Lampiran 16. Hasil Uji Regresi, Uji T, Uji F.....	112
Lampiran 17. Surat Keterangan Riset.....	113
Lampiran 18. Daftar Riwayat Hidup	114

Achmad Syachroni 21160000466 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing Drs. Yusuf Suhardi, MSi
PENGARUH KERAGAMAN PRODUK , PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TRANSMART CARREFOUR CEMPAKA PUTIH	
<p>ABSTRAK</p> <p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan di Transmart Carrefour Cabang Cempaka Putih Jakarta Pusat.</p> <p>Strategi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah strategi <i>penelitian casual</i>. yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara minimal dua variabel atau lebih dan mencari sebab dan akibat. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Data diperoleh melalui kuesioner dan data yang dikumpulkan dari pertanyaan dengan jumlah sampel 97 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>purposive sampling</i>.</p> <p>Berdasarkan hasil perhitungan, regresi di dapatkan konstanta 0,415, b_1 0,344 , b_2 0,243 b_3 0,404 pada Koefisien determinan (KD) diperoleh R^2 (<i>R Square</i>) sebesar 0,608 atau (60,8 %). Sedangkan sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.</p> <p>Dari hasil uji hipotesis Uji t parsial didapatkan X_1 dan Y $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,688 > 1,985) maka H_0 ditolak atau H_a diterima , X_2 dan Y $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,907 > 1,985) maka H_0 ditolak atau H_a diterima, X_3 dan Y nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,781 > 1,985) maka H_0 ditolak atau H_a diterima dengan α sebesar 5 % , pada Uji F simultan antara keragaman produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (48,035 > 2,70) kesimpulannya maka H_0 ditolak atau H_a diterima bahwa, secara parsial dan simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan.</p>	
Kata Kunci : Keragaman Produk, Persepsi Harga ,Kualitas Pelayanan, Keputusan pembelian konsumen	

Achmad Syachroni
21160000466
Study S-1 Management

Dosen Pembimbing
Drs. Yusuf Suhardi, MSi.

**THE INFLUENCE OF VARIETY PRODUCTS, PRICE PERCEPTION,
AND THE QUALITY SERVICE TO PURCHASE DECISION IN
TRANSMART CARREFOUR BRANCH CEMPAKA PUTIH**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of variety product, perceptions of price and quality of service to consumers' purchase decisions. This research was conducted in Transmart Carrefour Branch Cempaka Putih Central Jakarta.

Research strategy conducted in this study is a strategy casual research. research that aims to determine the influence of a minimum of two or more variables and look for cause and effect. The research method used in this study is a questionnaire research method in which the data obtained through questionnaires and data collected from the question with a sample size of 97 people. The sampling method used in this research is purposive sampling.

Based on the calculation, the regression constants get 0,415, b_1 0,344, b_2 0,243, b_3 0,404 on the determinant coefficient (KD) obtained R^2 (R Square) of 0,608 or (60,8%). While the remaining 39,2% influenced or explained by other variables not included in this research model.

From the results of hypothesis testing t test partial obtained X_1 and Y t count > t table (3,688 > 1,985), then H_0 is rejected or H_a accepted, X_2 and Y t count > t table (3,907 > 1,985), then H_0 rejected or H_a accepted, X_3 and Y t count > t table (5,781 > 1,985), then H_0 rejected or H_a accepted by α by 5%, in Test F simultaneously between product diversity, perceptions of price and quality of service can be concluded that the value of F count > F table (48,035 > 2,70) conclusion then H_0 rejected or H_a accepted that, partially and simultaneously a positive and significant impact.

Keywords: Variety Product, Price Perception, Quality of Service,
Consumer purchasing decision

