

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi kasus pada konsumen BAKS *Coffee & Kitchen* Buaran)

SKRIPSI

**ANNISHA FEBRIANI
21157000482**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi kasus pada konsumen BAKS *Coffee & Kitchen* Buaran)

SKRIPSI

**ANNISHA FEBRIANI
21157000482**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi kasus pada konsumen BAKS Coffee & Kitchen Buaran)

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 karya ilmiah 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. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 13 September 2019



Annista Febriani
NPK. 21157000482

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi kasus pada Konsumen BAKS *Coffee & Kitchen* Buaran)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, MSc 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, 13 September 2019

Menyetujui
Pembimbing



Drs. Jusuf Hariyanto, MSc

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, MSc

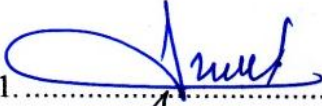


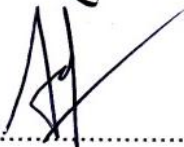
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus pada Konsumen BAKS *Coffee & Kitchen* Buaran)

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 13 September 2019 dengan nilai A.

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Drs. Sumitro, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Drs. Jusuf Hariyanto, MSc
(Pembimbing)
3.  : Drs. Imron HR., MM
(Anggota Penguji)
4.  : M. Ramaditya, BBA., MSc
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.


Proses penyusunan skripsi ini dapat di selesaikan berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak sehingga segala permasalahan yang di hadapi dapat terselesaikan oleh karena itu penulis ucapkan terimakasih yang sebesar besar nya kepada:

1. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, MSc selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Imron HR., MM dan M. Ramaditya, BBA., MSc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, MSc selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Drs. Sumitro, Msc selaku kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilm Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Pihak BAKS *Coffee & Kitchen* Buaran yang telah membantu dan memudahkan saya dalam usaha memperoleh data dari para konsumen.
6. Kepada kedua orang tua saya, mama Medyani Hastuti S.H dan papa Kertayudha S.H yang senantiasa selalu men do'a kan dan selalu memberi suport untuk kelancaran skripsi ini.
7. Adik saya Alyssa Shalsabilla dan oma saya Hj. Ilyus Hasan terimakasih atas doa dan dukungunya.
8. Nabila Oktaviani, Fina Kurniawati, Ryan Richart Tri Putro, Wati Setianingsih yang telah banyak membantu, memberi semangat, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman saya Dhika Fathur Rahman yang menemani saya beberapa bulan belakangan ini dan sahabat saya Yuningsih yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa dalam penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu atas segala dukungan semangat dan perhatiannya.
11. Serta seluruh karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi yang telah membantu selama berjalannya pembelajaran.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 13 September 2019



Annisha Febriani
NPM 21157000482

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivis akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisha Febriani
NPM : 21157000482
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 skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi kasus pada konsumen BAKS Coffee & Kitchen Buaran)

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 skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pelunus dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 13 September 2019

Yang menyatakan,



Annisha Febriani

Annisha Febriani
NPK 21157000482
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Drs. Jusuf Hariyanto, MSc

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus Pada Konsumen BAKS *Coffee & Kitchen* Buaran)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di BAKS *Coffee & Kitchen* Buaran.

Strategi penelitian ini adalah strategi kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survey dengan pengamatan langsung dan menyebar kuisioner kepada responden. Penelitian ini diuji menggunakan hipotesis uji t & uji *p-value* dengan metode Structural Equation Modeling (SEM PLS) menggunakan SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menyatakan (1) Promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ; (2) Persepsi Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ; (3) Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Annisha Febriani
NPK 21157000482
Study Program S-1 Management

Academy advisor :
Drs. Jusuf Hariyanto, MSc

***THE EFFECT OF PROMOTION, PRICE PERCEPTION AND
SERVICE QUALITY TOWARD
PURCHASE DECISIONS***
(Case Studi on BAKS Coffee & Kitchen Buaran Consumers)

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion, price perception and service quality on purchasing decisions at BAKS Coffee & Kitchen Buaran.

Research strategy is quantitative strategy. Data collection techniques using survey method with direct observation and this study spreads questionnaires to respondents. This research was tested using the hypothesis of the t test & p-value test with the Structural Equation Modeling (SEM PLS) method using SmartPLS 3.0.

The results of this study states (1) Partial promotion does not significantly influence consumer purchasing decisions; (2) Price partially has a significant effect on consumer purchasing decisions; (3) Service quality partially does not significantly influence consumer purchasing decisions.

Keywords: Promotion, Price, Service Quality, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	4
1.2 Perumusan Masalah Pokok Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. Pentingnya Proses Pemasaran	14
2.2.2. Promosi.....	15
2.2.3. Harga	17
2.2.4. Kualitas Pelayanan	20
2.2.5. Keputusan Pembelian.....	23
2.2.6. Proses Keputusan Pembelian	23
2.3. Keterkaitan Antar Variabel	27
2.3.1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	27

Halaman

2.3.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4. Pengembangan Hipotesis	28
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1. Strategi Penelitian	30
3.2. Populasi dan Sampel	30
3.2.1. Populasi	30
3.2.2. Sampel Penelitian	30
3.2.3. Data dan Metode Pengumpulan Data	31
3.3. Operasional Variabel	32
3.3.1. Variabel Eksogen	32
3.3.2. Variabel Endogen	32
3.4. Metode Analisis Data	37
3.4.1. Metode Pengolahan Data	37
3.4.2. Analisis Statistik Data	37
3.4.2.1. Structural Equation Modeling (SEM)	37
3.4.3. Analisis Statistik Data	38
3.4.3.1. Measurement Model (Outer Model)	38
3.4.3.2. Analisis Inner Model	39
3.4.3.3. Pengujian Hipotesisi	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	42
4.2. Deskripsi Responden	42
4.3. Analisis Statistik Data	44
4.3.1. Hasil Pengukuran Model Pengukuran atau Outer Model	44
4.3.2. Model Struktural atau Inner Model	55
4.3.3. Pengujian Hipotesis	55

Halaman

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1. Simpulan	58
5.2. Saran	58
5.3. Keterbatasan Penelitian	59
5.4. Pengembangan Penelitian	59
DAFTAR REFRENSI.....	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Total Sales BAKS Coffee & Kitchen	4
Tabel 3.1. Skala Likert Untuk Instrument Penelitian.....	33
Tabel 3.2. Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Kunjungan	44
Tabel 4.4. Validitas Instrument Per Butir Variabel Promosi (X1).....	47
Tabel 4.5. Validitas Instrument Per Butir Variabel Harga (X2)	47
Tabel 4.6. Validitas Instrument Per Butir Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	48
Tabel 4.7. Validitas Instrument Per Butir Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	49
Tabel 4.8. Validitas Instrument Per Butir Variabel Promosi (X1).....	51
Tabel 4.9. Validitas Instrument Per Butir Variabel Harga (X2)	51
Tabel 4.10. Validitas Instrument Per Butir Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	52
Tabel 4.11. Validitas Instrument Per Butir Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	52
Tabel 4.12. Nilai <i>Loading Factor</i> untuk Validitas Diskriminan	53
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Composite Reability	54
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen <i>Cronbach's alpha</i>	54
Tabel 4.15. Model Fit.....	55
Tabel 4.16. Pengujian Hipotesis.....	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	23
Gambar 2.2. Tahap-tahap Evaluasi Alternatif Keputusan Pembelian.....	25
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian	29
Gambar 4.1. <i>Outer Loading</i> SmartPLS 3.0.....	46
Gambar 4.2. <i>Outer Loading</i> SmartPLS 3.0.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 2. Gambar	69
Lampiran 3. Tabulasi Skor Promosi (X1)	70
Lampiran 4. Tabulasi Skor Harga (X2).....	73
Lampiran 5. Tabulasi Skor Kualitas Pelayanan (X3).....	76
Lampiran 6. Tabulasi Keputusan Pembelian (Y).....	79
Lampiran 7: Surat Riset Penelitian	82
Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup.....	83