

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL MEREK ISUZU ELF**

(Studi pada PT. Armada Auto Tara Kalimantan)

SKRIPSI

OLEH:

**ARNOLDUS BRIA FAHIK
2114600302**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 (S1) MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL MEREK ISUZU ELF**

(Studi pada PT. Armada Auto Tara Kalimantan)

SKRIPSI

OLEH:

**ARNOLDUS BRIA FAHIK
2114600302**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 (S1) MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK ISUZU ELF

(Studi pada PT. Armada Auto Tara Kalimantan)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) 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, 25 Oktober 2019



Arnoldus Bria Fahik

NPM. 2114600302

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL MEREK ISUZU ELF
(Studi pada PT. Armada Auto Tara Kalimantan)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) dengan Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Asep Saefurrahman, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

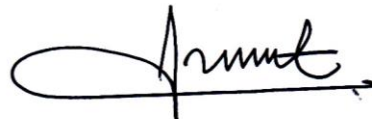
Jakarta, 25 Oktober 2019

Menyetujui
Pembimbing



Asep Saefurrahman, SE., ME

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

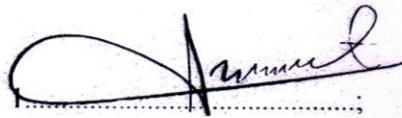
PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL MEREK ISUZU ELF
(Studi pada PT. Armada Auto Tara Kalimantan)**

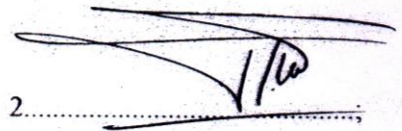
telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 16 September 2019 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi :

1. ;

Drs. Sumitro, M.Sc

(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2. ;

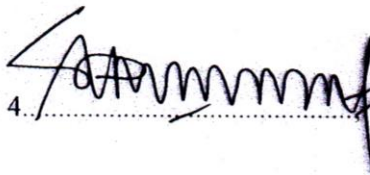
Asep Saefurrahman, SE., ME

(Pembimbing)

3. ;

Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

(Anggota Penguji)

4. ;

Farmansyah Maliki, SE., MM

(Anggota penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

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

1. Bapak Asep Saefurrahman, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta
5. Segenap karyawan PT. Armada Auto Tara Kalimantan yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti butuhkan.
6. Kedua orang tua tercinta, dan segenap keluarga yang telah banyak memberikan doa dan dukungan kepada peneliti baik secara moril maupun materil hingga skripsi ini dapat diselesaikan
7. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan semuanya.

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

Jakarta, 25 Oktober 2019



Arnoldus Bria Fahik
NPM. 2114600302

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Arnoldus Bria Fahik
NPM : 2114600302
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL MEREK ISUZU ELF
(Studi pada PT. Armada Auto Tara Kalimantan)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi 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 : 25 Oktober 2019

Yang menyatakan,



Arnoldus Bria Fahik

Arnoldus Bria Fahik
NPM. 2114600302
Program Studi S-I Manajemen

Dosen pembimbing :
Asep Saefurrahman, SE., MM

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL MEREK ISUZU ELF
(Studi pada PT. Armada Auto Tara Kalimalang)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mobil merek Isuzu ELF pada PT. Armada Auto Tara Kalimalang.

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian tahun 2018 yaitu sebanyak 73 konsumen, dan seluruh populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel menggunakan teknik sensus. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa 1) Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil merek Isuzu ELF pada PT. Armada Auto Tara Kalimalang sebesar 6,40%, 2) Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil merek Isuzu ELF pada PT. Armada Auto Tara Kalimalang sebesar 15,60%, 3) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil merek Isuzu ELF pada PT. Armada Auto Tara Kalimalang sebesar 8,80%, 4) Promosi penjualan, persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian mobil merek Isuzu ELF pada PT. Armada Auto Tara Kalimalang sebesar 80,20%.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Arnoldus Bria Fahik
ID Number. 2114600302
Bachelor Program S-1 in Management

Supervisor :
Asep Saefurrahman, SE., MM

***INFLUENCE OF SALES PROMOTION, PRICE PERCEPTION,
AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISION
OF ISUZU ELF BRAND CARS
(Studi at PT. Armada Auto Tara Kalimantan)***

ABSTRACT

This study aims to determine influence of sales promotion, price perception and service quality on purchasing decisions of Isuzu ELF brand cars at PT. Armada Auto Tara Kalimantan.

The research strategy used in this study is the associative strategy. The population in this study is consumers who make purchases in 2018 as many as 73 consumers, and the entire population in this study was sampled using census techniques. Data analysis techniques used are the validity and reliability test, the coefficient of determination analysis and hypothesis testing.

The results of the study concluded that 1) Sales promotion has a significant influence on purchasing decisions for Isuzu ELF brand cars at PT. Auto Tara Kalimantan fleet of 6.40%, 2) Price perception has a significant influence on purchasing decisions for Isuzu ELF brand cars at PT. Auto Tara Kalimantan fleet of 15.60%, 3) Quality of service has a significant influence on purchasing decisions for Isuzu ELF brand cars at PT. Auto Tara Kalimantan fleet of 8.80%, 4) Sales promotion, price perception and service quality significantly influence the purchase decision of the Isuzu ELF brand car at PT. Kalimantan Tara Auto Fleet of 80.20%.

Keyword : Sales Promotion, Price Perception, Service Quality, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	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	11
2.2.1. Bauran Pemasaran	11
2.2.2. Promosi Penjualan	14
2.2.3. Persepsi Harga	17
2.2.4. Kualitas Pelayanan.....	19
2.2.5. Keputusan Pembelian.....	21

2.3.	Hubungan antar Variabel Penelitian	24
2.3.1.	Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian	24
2.3.2.	Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	25
2.3.3.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	25
2.4.	Pengembangan Hipotesis	26
2.5.	Kerangka Konseptual Penelitian	26
BAB III	METODA PENELITIAN	28
3.1.	Strategi Penelitian	28
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.2.1.	Populasi penelitian	28
3.2.2.	Sampel penelitian	29
3.3.	Data dan Metoda Pengumpulan Data	30
3.3.1.	Data	30
3.3.2.	Metoda Pengumpulan Data	30
3.4.	Operasionalisasi Variabel	31
3.5.	Metoda Analisis Data	34
3.5.1	Metoda pengolahan dan penyajian data	34
3.5.2.	Analisis statistik data	34
3.5.2.1.	Analisis koefisien determinasi (KD)	34
3.5.2.2.	Pengujian Hipotesis	35
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2.	Deskripsi Responden	40
4.3.	Deskripsi Data	43
4.3.1.	Variabel promosi penjualan (X_1)	43
4.3.2.	Variabel persepsi harga (X_2)	44
4.3.3.	Variabel kualitas pelayanan (X_3)	45
4.3.2.	Variabel keputusan pembelian (Y)	46

4.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
4.4.1.	Uji validitas dan reliabilitas variabel Promosi Penjualan (X_1)	47
4.4.2.	Uji validitas dan reliabilitas variabel persepsi harga (X_2)	48
4.4.3.	Uji validitas dan reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X_3)	48
4.4.4.	Uji validitas dan reliabilitas variabel keputusan pembelian (Y)	49
4.5.	Analisis Koefisien Determinasi	50
4.6.	Pengujian Hipotesis	53
4.6.1	Pengujian secara parsial	53
4.6.2.	Pengujian secara simultan	54
4.7.	Interpretasi Hasil Penelitian	55
4.7.1.	Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian	55
4.7.2.	Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian	55
4.7.3.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	56
4.7.4.	Pengaruh promosi penjualan, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ..	56
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1.	Simpulan	57
5.2.	Saran	57
5.3.	Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	59
	DAFTAR REFERENSI	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Isuzu ELF pada PT. Armada Auto Tara Kalimalang.....	2
Tabel 3.1. Penjualan Mobil Merek Isuzu ELF pada PT. Armada Auto Tara Kalimalang tahun 2018.....	29
Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian	31
Tabel 3.3. Bobot Nilai Skala Likert	33
Tabel 4.1. Total Skor Jawaban Responden tentang Promosi Penjualan (X_1).....	53
Tabel 4.2. Total Skor Jawaban Responden tentang persepsi harga (X_2)	45
Tabel 4.3. Total Skor Jawaban Responden tentang kualitas pelayanan (X_3)	45
Tabel 4.4. Total Skor Jawaban Responden tentang keputusan pembelian (Y)	46
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi penjualan (X_1)	47
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Harga (X_2).....	48
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel kualitas pelayanan (X_3)	49
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4.9. Korelasi Parsial X_1 dengan Y	50
Tabel 4.10. Korelasi Parsial X_2 dengan Y	51
Tabel 4.11. Korelasi Parsial X_3 dengan Y	51
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi Berganda	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	27
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Armada Auto Tara Kalimalang	39
Gambar 4.2. Jenis Kelamin	40
Gambar 4.3. Usia	40
Gambar 4.4. Status	41
Gambar 4.5. Pendidikan.....	41
Gambar 4.6. Kegunaan Pembelian Isuzu	42
Gambar 4.7. Pekerjaan	43
Gambar 4.8. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Promosi Penjualan (X_1).....	44
Gambar 4.9. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Persepsi Harga (X_2).....	45
Gambar 4.10. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....	46
Gambar 4.11. Diagram Skala <i>Likert</i> Variabel Keputusan Pembelian (Y)....	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	62
Lampiran 2. Identitas Responden	67
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Promosi Penjualan (X_1)	68
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Persepsi Harga (X_2)	70
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....	72
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	74
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan (X_1).....	76
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Harga (X_2).....	77
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)	78
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	79
Lampiran 11. Tabel r	80
Lampiran 12. Data Total Skor Variabel Penelitian	81
Lampiran 13. Hasil uji parsial	83
Lampiran 14. Hasil uji simultan	84
Lampiran 15. Surat Keterangan Riset	85
Lampiran 16. Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	86