

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA RESTORAN PIZZA HUT
SUMARECON MALL BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Ahmad Rozi Febriansyah

201610325144



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pizza Hut Sumarecon Mall Bekasi

Nama Mahasiswa : Ahmad Rozi Febriansyah

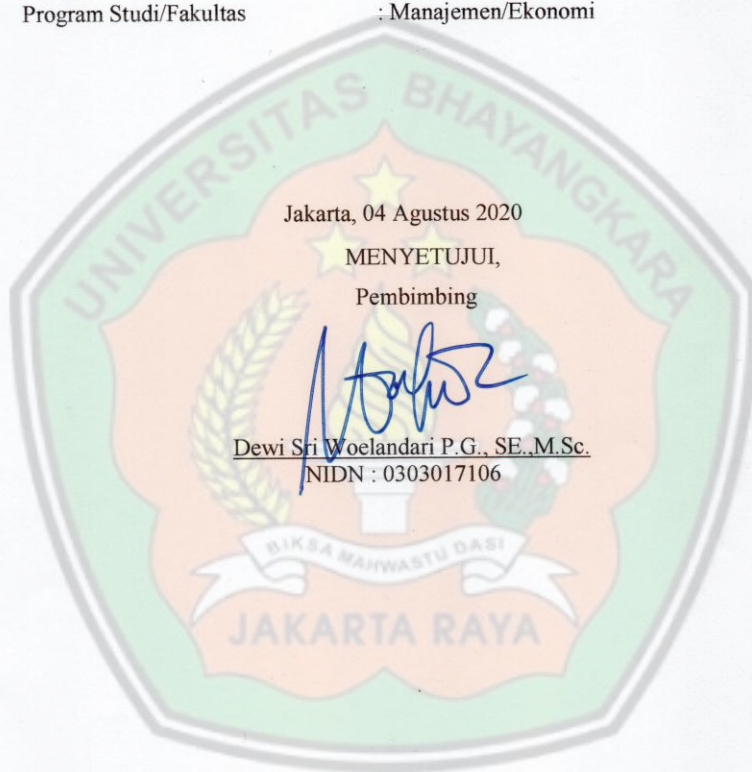
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325144

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Jakarta, 04 Agustus 2020

MENYETUJUI,
Pembimbing


Dewi Sri Woelandari P.G., SE., M.Sc.
NIDN : 0303017106



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan
Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian pada Restoran Pizza Hut
Summarecon Mall Bekasi

Nama Mahasiswa : Ahmad Rozi Febriansyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325144
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Juli 2020

Jakarta, 4 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.
NIDN : 0309048102

Penguji I : Dewi Sri Woelandari, P.G., SE., M.Sc.
NIDN : 0303017106

Penguji II : Hadita S.Pd., M.M.
NIDN : 0329048302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN : 0325057908

Dr. Istianingsih, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CMA.,CACP.
NIDN : 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pizza Hut Sumarecon Mall Bekasi”**.

Terwujudnya proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak, CA., CSRA., CMA., CACP. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Yth Bpk. M Fadhli Nursal S.E., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Yth Ibu. Dewi Sri Woelandari P.G., SE. M.sc selaku Dosen Pembimbing yang telah Menyetujui dan menerima proposal skripsi penulis.
5. Yth Seluruh Bpk/Ibu Dosen Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi yang telah membimbing dan mengajarkan penulis ilmu-ilmu yang bermanfaat.
6. Ayahanda tercinta Sumino, Ibunda tersayang Muhartini, serta kakak tersayang Noni eka utami yang telah memberi doa, dorongan, bantuan dukungan material serta moral demi terselesaikannya Skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman dari Kantor Pusat Diskusi yang selalu memberi dukungan, candaan, semangat kepada penulis dalam mengerjakan Skripsi

Jakarta, 4 Agustus 2020

Penulis

Ahmad Rozi Febriansyah

ABSTRACT

Ahmad Rozi Febriansyah (201610325114) *Effect of Price Perception, Promotion and Service Quality on Purchasing Decisions at Sumatecon Mall Bekasi Pizza Hut Restaurant*

This study aims to determine the effect of price, promotion and quality of service on purchasing decisions at Pizza Hut Sumarecon Mall Bekasi. This type of research is quantitative. The population in this study amounted to 210 students. Sampling technique using Non-Probability Sampling using purposive sampling technique. The sample in this study amounted to 137 respondents. Data collection techniques by distributing questionnaires. Testing the hypothesis in this study using Linear Regression analysis. The subject of the research is the buyer of Sumarecon Mall Bekasi Hut Restaurant. The results of this study indicate that the Price variable does not partially influence the Purchase Decision variable, the Promotion variable partially has a positive and significant effect on the Purchase Decision variable, the Service Quality variable partially has a positive and significant effect on the Purchase Decision variable. Based on these two things indicate that together or simultaneously the variable Price, Promotion and Service Quality has a significant positive effect on Purchasing Decisions.

Keywords: *Price, Promotion, Service Quality and Purchasing Decisions*

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahamad Rozi Febriansyah
NPM : 201610325144
Tempat Tanggal Lahir : Bekasi, 28 Februari 1998
Alamat : Taman Wisam Asri Blok U 27 NO 58 RT 006 RW
030 Teluk Pucung, Bekasi Utara

Dengan ini saya menyatakan bahwa: Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pizza hut Sumarecon Mall Bekasi” merupakan hasil pekerjaan saya sendiri dan seluruh ide, pendapat, atau materi didapat dari sumber lain yang telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan apa yang saya nyatakan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Manajemen yang nanti saya dapatkan.

Jakarta, 4 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Ahmad Rozi Febriansyah

201610325144

ABSTRAK

Ahmad Rozi Febriansyah (201610325114) Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Pizza Hut Sumarecon Mall Bekasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada pengaruh Persepsi harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pizza Hut Sumarecon Mall Bekasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 210 mahasiswa. Teknik sampling dengan menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 137 responden. Teknik Pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis *Regresi Linier*. Subjek penelitian yaitu Pembeli restoran Pizza hut Sumarecon Mall Bekasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian, variabel Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian, variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Berdasarkan kedua hal tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II Tinjauan Pustaka	8
2.1 Harga.....	8
2.1.1 Pengertian Harga	8
2.1.2 Tujuan Harga	9
2.1.3 Metode Penetapan Harga	10
2.1.4 Indikator Harga	11
2.2 Promosi	12
2.2.1 Pengertian Promosi.....	12
2.2.2 Fungsi dan Tujuan Promosi	14
2.2.3 Manfaat dari pada promosi.....	14
2.2.4 Indikator Promosi.....	15
2.3 Kualitas Pelayanan	15
2.3.1 Penegertian Kualiatas Pelayanan	15

2.3.2	Karakteristik Kualitas Pelayanan	17
2.3.3	Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	18
2.4	Keputusan Pembelian	18
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.4.2	Faktor –Faktor Keputusan Pembelian.....	20
2.4.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.5	Penelitian Terdahulu.....	22
Hasil Penelitian Terdahulu		22
2.6	Kerangka Pemikiran	24
2.7	Hipotesis.....	25
2.7.1	Hubungan Antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.7.2	Hubungan Antara Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.7.3	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.7.4	Hubungan Antara Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		28
3.1	Desain Penelitian.....	28
3.2	Tahapan Penelitian	28
3.3	Model Konseptual.....	28
3.4	Operasional Variabel.....	30
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	31
A.	Waktu Penelitian.....	31
B.	Tempat Penelitian	31
3.6	Metode Pengambilan Sampel.....	31
A.	Populasi Penelitian.....	31
B.	Sampel Penelitian.....	32
3.7	Teknik Pengumpulan Data	32
3.8	Jenis dan Sumber Data.....	33
3.9	Metode Analisis Data	34
A.	Uji Validitas	34
B.	Uji Reliabilitas.....	35
C.	Uji Asumsi Klasik	35
D.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	36
E.	Uji Hipotesis	37

F. Uji Determinasi.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.1.2 Visi dan Misi	40
4.1.3 Struktur Organisasi Restoran PizzaHut	40
4.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	41
4.2.1 Identitas Responden	42
4.3 Uji Kualitas Data	44
4.3.1 Uji Validitas	44
4.3.2 Uji Realibilitas.....	47
4.4 Uji Asumsi Klasik	47
4.4.1 Uji Normalitas	47
4.6.1 Uji Multikolinieritas.....	49
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	50
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.6 Uji Hipotesis	52
4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	52
4.6.2 Uji F	53
4.6.3 Uji Determinasi (R^2).....	54
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	55
BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Pizza Hut.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Pizza Hut Tahun 2019.....	4
Table 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.4 Uji Validitas Harga (X1).....	45
Tabel 4.5 Uji Validitas Promosi (X2).....	45
Tabel 4.6 Uji Validitas Promosi (X3).....	46
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4.8 Uji Reabilitas.....	47
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Linier Berganda.....	51
Tabel 4.12 Uji T.....	52
Tabel 4.13 Uji F.....	53
Tabel 4.14 Uji R ²	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3.1 Model Konseptual	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Restoran PizzaHut.....	40
Gambar 4.2 Diagram Responden berdasarkan jenis kelamin	43
Gambar 4.3 Diagram Responden berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4.4 Uji Normalitas	49
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas.....	50

