

**PENGARUH IKLAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN
SUPERINDO CABANG CEREWED BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :
SURYA FAJAR RUMAPEA
201710325001



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

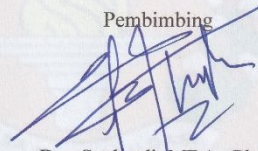
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Swalayan Superindo
Cabang Cerewed Bekasi.
Nama Mahasiswa : Surya Fajar Rumapea
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325001
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi Dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 09 Juli 2021

Jakarta, 10 Juli 2021

MENYETUJUI

Pembimbing



Drs. Soehardi, MBA., Ph.D
NIDN : 0311096604

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Dan Kepuasan Pelanggan
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan
Superindo Cabang Cerewed Bekasi.

Nama Mahasiswa : Surya Fajar Rumapea

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325001

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Juli 2021

Jakarta, 10 Juli 2021
MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA., Ph.D
NIDN : 0311096604

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

Penguji II : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN : 0305087310

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Iklan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Super Indo Cabang Cerewed Bekasi. ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 10 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Surya Fajar Rumapea
201710325001

ABSTRAK

Surya Fajar Rumapea 201710325001 Pengaruh Iklan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Super Indo Cabang Cerewed Bekasi.

Penelitian ini tentang pengaruh iklan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada swalayan Super Indo Cabang Cerewed Bekasi. dengan menggunakan metode kuantitatif dan SPSS versi 23 untuk pengolahan data. Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor iklan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-hitung $6,520 > t$ -tabel $1,968$. Dan terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian hasil uji nilai t-hitung $20,791 > t$ -tabel $1,968$. Maka penelitian ini berhasil membuktikan bahwa "Perepsi nilai (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada swalayan Super Indo Cabang Cerewed Bekasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh iklan dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di swalayan Super Indo Cabang Cerewed Bekasi. Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikan pengaruh iklan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) secara bersama terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai F hitung $259,710 > F$ tabel $3,92$. Dapat disimpulkan H3 diterima berarti terdapat pengaruh iklan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) secara bersama terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : Iklan, Kepuasan Pelanggan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Surya Fajar Rumapea 201710325001 Effect of Advertising and Customer Satisfaction Against Purchase Decisions at Super Indo Supermarkets Cerewed Bekasi Branch. This research is about the effect of advertising and customer satisfaction on purchasing decisions at Super Indo supermarkets, Cerewed Bekasi branch. This research uses quantitative methods and SPSS version 23 for data processing. The results show that there is a significant influence between advertising factors on purchasing decisions. This can be seen from the t-count value of 6.520 > t-table of 1.968. And there is a significant influence between customer satisfaction factors on purchasing decisions, the results of the t-test value of 20,791 > t-table of 1,968. So this study succeeded in proving that “The perception of value (X2) has a positive effect on purchasing decisions at Super Indo supermarkets, Cerewed Bekasi branch. The results showed that there was an effect of advertising and customer satisfaction on purchasing decisions at Super Indo supermarkets, Cerewed Bekasi branch. Based on the output above, it is known that the significant value of the influence of advertising (X1) and customer satisfaction (X2) together on purchasing decisions (Y) is 0.000 <0.05. The calculated F value is 259.710 > F table 3.92. It can be concluded that H3 is accepted meaning that there is an effect of advertising (X1) and customer satisfaction (X2) together on purchasing decisions (Y).

Keywords: Discipline, Customer Satisfaction and Performance

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang maha Esa karena berkat kuasa dan karunianya saya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai memenuhi salah satu syarat gelar sarjana program studi Manajemen. Judul Skripsi yang berjudul **“PENGARUH IKLAN DAN KEPUASAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN SUPERINDO CABANG CEREWED BEKASI ”**.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan dan mendapatkan saran, dorongan dari pembimbing serta dukungan atau semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak, CA., CSRS., CSRA., CMA., CBV., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Ka. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Drs. Soehardi, MBA., Ph.D selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan baik selama beberapa bulan ini.
5. Terima kasih kepada M.Fadhli Nursal, S.E., M.M dan Agus Dharmanto, S.E., M.M selaku penguji sidang skripsi.
6. Terima kasih kepada seluruh karyawan di Swalayan Super Indo cabang Cerewed Bekasi.
7. Terima kasih kepada Orangtua saya yang saya cintai, Kakak dan Abang ipar saya yang saya hormati, Keluarga dan teman-teman saya yang selalu memberi semangat, dukungan, do'a dan perhatian selama ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta semua pihak dalam penulisan skripsi ini, Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 10 Juli 2021

Penulis



Surya Fajar Rumapea

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pesetujuan Pembimbing	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Lembar Pernyataan	iv
Abstrak.....	v
Abstract.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Masalah	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.1 Konsep Pemasaran	12
2.2 Periklanan	12
2.2.1 Tujuan Iklan	12
2.2.2 Daya Tarik Iklan	14
2.2.3 Karakteristik Iklan	15
2.2.4 Menentukan Anggaran Iklan	16
2.2.5 Tahap Pemilihan Media Iklan	16
2.2.6 Indikator Iklan	18
2.3 Pengertian Kepuasan	19
2.3.1 Manfaat Kepuasan Pelanggan	19
2.3.2 Faktor Yang Mendorong Kepuasan Pelanggan	20
2.3.3 Metode Pengukur Kepuasan	20
2.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	21

2.4 Peranan Konsumen Dalam Pembelian	22
2.4.1 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	22
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	24
2.5 Penelitian Terdahulu	27
2.6 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Desain Penelitian	34
3.3. Model Konsep Penelitian	37
3.3.1 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	37
3.3.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	37
3.3.3 Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	38
3.4 Operasional Variabel	39
3.5 Skala Pengukuran	41
3.6 Waktu Dan Tempat Penelitian	42
3.7 Populasi	42
3.7.1 Metode Pengambilan Sampel	43
3.7.2 Teknik Sampling	43
3.8 Metode Analisis Data	43
3.8.1 Uji Instrumen Data	44
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.8.4 Uji Hipotesis	47
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Profil Perusahaan	50
4.1.1 Visi Perusahaan	51
4.1.2 Lokasi	52
4.1.3 Struktural Organisasi	53
4.2 Hasil Analisis Data	53
4.2.1 Deskripsi responden	53

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.3.1 Uji Instrumen Data	58
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	64
4.3.3 Uji Regresi Linear Berganda	68
4.4 Pembahasan	70
Bab V PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Implikasi Manajerial	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	80



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Retail di Kelurahan Bekasi Timur	2
Tabel 1.2 Pemasangan Iklan di Kelurahan Bekasi Timur	6
Tabel 1.3 Perbandingan Harga di Kelurahan Bekasi Timur	6
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	28
Tabel 3.1 Pengukuran Indikator Variabel	42
Tabel 4.1 Jumlah Jumlah Karyawan Super Indo Cerewed Bekasi	52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	55
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan	56
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Tabel 4.6 Uji Validitas Iklan	59
Tabel 4.7 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	61
Tabel 4.8 Uji Validitas Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.10 Uji Nomalitas	64
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.12 Uji Heterokedastisitas Spearman's rho	67
Tabel 4.13 Uji Koefisien Regresi Secara Partial (Uji T).....	68
Tabel 4.14 Uji F	69
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Pra Survey Tentang Iklan	3
Gambar 1.2 Grafik Pra Survey Tentang Kepuasan Pelayanan	4
Gambar 1.3 Grafik Pra Survey Tentang Keputusan Pembelian	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 3.1 Penelitian.....	33
Gambar 3.2 Tahapan Penelitian	34
Gambar 4.1 Struktural Organisasi	53
Gambar 4.2 Diagram Pie Jenis Kelamin	54
Gambar 4.3 Diagram Pie Jenis Usia	55
Gambar 4.4 Diagram Pie Jenis Pendidikan.....	56
Gambar 4.5 Diagram Pie Jenis Pekerjaan	57
Gambar 4.6 Uji Validitas Iklan	58
Gambar 4.7 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	60
Gambar 4.8 Uji Validitas Keputusan Pembelian	61
Gambar 4.9 Uji Reliabilitas Iklan (X1)	62
Gambar 4.10 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelayanan (X2)	63
Gambar 4.11 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	63
Gambar 4.12 Uji Heterokedastisitas Scatterplot	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Penasehat Akademik	80
Lampiran 2 Persetujuan Pembimbing	81
Lampiran 3 Surat Riset Penelitian	82
Lampiran 4 Surat Hasil Penelitian	83
Lampiran 5 Uji Plagiarism	84
Lampiran 6 Uji Referensi	85
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi	91
Lampiran 8 Kuisener	92
Lampiran 9 Distribusi tabel r	95
Lampiran 10 Distribusi Tabel t	101
Lampiran 11 Distribusi Tabel f	104
Lampiran 12 Tabulasi Kuisener	107
Lampiran 13 Biodata	120