

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WINGSTOP
JATIASIH BEKASI (Periode Maret – Juni 2023)**

SKRIPSI

Oleh :

Bowo Pangestu

201910325035



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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap
Keputusan Pembelian pada Wingstop Jatiasih
Bekasi

Nama Mahasiswa : Bowo Pangestu

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325035

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Rabu, 12 Juli 2023

Jakarta, 21 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Matdio Siahaan, S.E., M.M

NIDN : 0413047002

Pembimbing II



Wirawan Widjanarko, S.E., Ak., MM.,

MBA., CMA

NIDN : 0322086605

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk
terhadap Keputusan Pembelian pada
Wingstop Jatiasih Bekasi
Nama Mahasiswa : Bowo Pangestu
Nomer Pokok Mahasiswa : 201910325035
Program Studi/Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Juli 2023

Jakarta, 21 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Tutiek Yoganingsih, S.E., M.Si.

NIDN. 0302016002

Sekretaris Tim : Dody Kurniawan, S.E., M.M.

Penguji NIDN. 0319087903


Penguji : Matdio Siahaan, S.E., M.M.

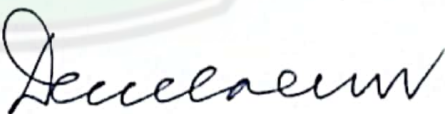
NIDN. 0413047002

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


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


Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni B.Sc., MBA
NIDN : 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahawa :



Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Wingstop Jatiasih Bekasi (Periode Maret – Juni 2023).

Penelitian adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang dimana 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 dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dan 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, 21 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



METERAL
TEMPEL
999AKX496379050

Bowo Pangestu

NPM : 201910325035

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Wingstop Jatiasih Bekasi.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dalam pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 82 responden yang dimana fokus responden ini ialah Konsumen Wingstop Jatiasih Bekasi. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan terdapat variabel-variabel yang saling berpengaruh ,seperti penjelasan singkat berikut ini: 1). Pada variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian terdapat pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,628 dan T statistik $4,891 > T$ tabel 1,664 serta P Value sebesar $0,000 < 0,05$. 2). Pada variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian tidak signifikan dan tidak berpengaruh positif dengan nilai koefisien sebesar 0,226 dan Tstatistik $1,508 > T$ tabel 1,664 serta P Value sebesar $0,132 > 0,05$.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Penjualan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of promotion and product quality on purchasing decisions at Wingstop Jatiasih Bekasi.

In this study using quantitative research methods and in taking samples using the slovin formula. The number of samples used in this study were 82 respondents, where the focus of this respondent was the Jatiasih Bekasi Wingstop Consumer. The results of the research that has been done are variables that influence each other, such as the following brief explanation: 1). In the Promotion variable on Purchase Decision there is a positive and significant influence with a coefficient value of 0.628 and a T statistic of 4.891 > T table of 1.664 and a P Value of 0.000 < 0.05. 2). The product quality variable on purchasing decisions is not significant and has no positive effect with a coefficient value of 0.226 and a statistic of 1.508 > ttable of 1.664 and a P value of 0.132 > 0.05.

Keywords : Promotion, Product Quality, Sales Decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan Allah Swt atas Rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Wingstop Jatiasih Bekasi”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi pada Program Sarjana Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Pada kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Irjen. Pol (Purn) Bapak Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M sebagai Ka.Prodi Fakultas Ekonomi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Matdio Siahaan, S.E, M.M dan Bapak Wirawan Widjanarko, S.E.Ak., M.M., MBA., CMA selaku Dosen Pembimbing Penelitian yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Novita Wahyu S,S.E.,M.M selaku dosen akademik saya.
6. Kedua orangtua dan kakak yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi yang selalu diberikan untuk penulis.
7. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberi dukungan dan bantuan selama mengerjakan skripsi ini.

8. Rekan Kerja Team Kasir RSUD Kota Bekasi yang sudah mensupport saya dengan memberikan kesenggangan jam bekerja dalam perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.

Dalam menyusun Skripsi ini penulis telah berusaha secara maksimal, tetapi penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna dan dalam penulisan ini masih banyak kesalahan serta kekurangan, oleh karena itu perlu adanya masukan yang dapat membangun yang lebih baik dan penulis mengharapkan bisa bermanfaat bagi orang lain.



Jakarta, 2023

Penulis

Bowo Pangestu

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
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 Sistematika Tugas Akhir	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Telaah Teoritis	8
2.1.1 Promosi	8
2.1.2 Kualitas Produk	9
2.1.3 Keputusan Pembelian	10
2.2 Telaah Empiris.....	11
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel	26
3.3 Jenis dan Sumber Data	27
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
3.5 Model Konseptual.....	28

3.6 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran	30
3.7 Pengukuran Variabel	32
3.8 Metode Analisi Data dan Pengujian Hipotesis	34
3.8.1 Uji Validitas	34
3.8.2 Uji Reliabilitas	35
3.8.3 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	36
3.8.4 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	37
3.8.5 Pengujian Hipotesis	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum	39
4.1.1 Profil Perusahaan	39
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	40
4.1.3 Logo Perusahaan	41
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Identitas Responden	41
4.3 Hasil Analisi Data	45
4.3.1 Skema Model Partial Least	45
4.4 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	46
4.4.1 Uji Validitas	46
4.4.2 Uji Reliabilitas	50
4.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner model</i>)	51
4.5.1 Koefisien Determinasi atau <i>R-Square</i> (R^2)	51
4.5.2 Relevansi Prediksi atau <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	52
4.5.3 <i>Effect Size</i> (<i>f-Square</i>)	53
4.5.4 Path Coefficient (Koefisien Jalur)	54
4.6 Pengujian Hipotesis	55
4.6.1 Uji t	55
4.6.2 Uji F	55
4.7 Pembahasan Hasil Hipotesis	58
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60

5.2 Implikasi Manajerial.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Sales Penjualan Wingstop Jatiasih	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Skala Likert	28
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	44
Tabel 4. 5 Convergent Validity (Loading Factor).....	47
Tabel 4. 6 Average Variance Extracted (AVE)	48
Tabel 4. 7 Cross Loading	49
Tabel 4. 8 Reabilitas Masing-Masing Variabel.....	50
Tabel 4. 9 <i>R-Square</i>	52
Tabel 4. 10 <i>Q-Square</i>	52
Tabel 4. 11 <i>F-Square</i> Promosi	53
Tabel 4. 12 <i>F-Square</i> Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4. 13 <i>Path Coefficient</i> (Koefisien Jalur).....	54
Tabel 4. 14 Uji t	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Promo Paket Makanan	3
Gambar 1. 2 Tampilan Produk.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3. 1 Rumus Slovin	26
Gambar 3. 2 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1 Logo Wingstop.....	41
Gambar 4. 2 Karakteristik Responeden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	45
Gambar 4. 6 Outer Model	46
Gambar 4. 7 Inner Model.....	51

