

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
DALAM PENGAJUAN KREDIT PEMBIAYAAN DI PT
FIFGROUP BEKASI**

SKRIPSI

**Oleh :
LAVITTA FERNITA SETIADY
201710325023**



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengajuan
Kredit Pembiayaan Di PT FIFGROUP Bekasi

Nama Mahasiswa : Lavitta Fernita Setiady

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325023

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 07 Juli 2021

Jakarta, 08 Juli 2021

MENYETUJUI

Pembimbing

Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN 03191067606

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Konsumen Dalam
Pengajuan Kredit Pembiayaan Di PT FIFGROUP
Bekasi

Nama Mahasiswa : Lavitta Fernita Setiady

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325023

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 07 Juli 2021

Jakarta, 08 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 03290048302

Penguji I : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN : 03191067606

Penguji II : Matdio Siahaan, S.E., M.M
NIDN : 0413047002

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

LEMBAR PERYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengajuan Kredit Pembiayaan Di PT FIFGROUP 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 dikemudian 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, 08 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Lavitta Fernita Setiady
201710325023

ABSTRAK

Lavitta Fernita Setiady 201710325023, Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengajuan Kredit Pembiayaan Di PT FIFGROUP Bekasi.

Penelitian ini tentang Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengajuan Kredit Pembiayaan Di PT FIFGROUP Bekasi. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan SPSS versi 23 untuk pengolahan data.

Hasilnya menunjukan terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor promosi terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-hitung sebesar $9,179 > t\text{-tabel } 1,978$ maka ada pengaruh variabel bebas promosi (X1) terhadap keputusan konsumen (Y) hipotesis diterima. Dengan signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$ maka ada pengaruh variabel bebas promosi (X1) terhadap keputusan konsumen (Y) atau hipotesis diterima. Kualitas pelayanan (X2) didapatkan t-hitung sebesar $3,988 < 1,978$ maka ada pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan konsumen (Y) atau hipotesis diterima. Dengan signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$ maka ada pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan konsumen (Y) atau hipotesis diterima.

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai $f\text{-hitung}$ sebesar $115,488 > f\text{-tabel } 3,06$ dengan signifikansi f sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari variabel promosi (X1), dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan konsumen (Y).

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Konsumen

ABSTRACT

Lavitta Fernita Setiady 201710325023, *The Effect of Promotion and Service Quality on Consumer Decisions in Applying for Financing Credit PT.FIFGROUP Bekasi. This study is about the effect of promotion and service quality on consumer decisions in applying for financing loans at PT FIFGROUP Bekasi. By using quantitative methods and SPSS version 23 for data processing. The results show that there is a significant influence between promotional factors on purchasing decisions. This can be seen from the t-count value of $9.179 > t\text{-table } 1.978$, so there is an influence of the independent variable of promotion (X1) on consumer decisions (Y) the hypothesis is accepted. With a significance of t of $0.000 < 0.05$, there is an influence of the independent variable of promotion (X1) on consumer decisions (Y) or the hypothesis is accepted. Service quality (X2) obtained t-count of $3.988 < 1.978$ then there is an influence of the independent variable service quality (X2) on consumer decisions (Y) or the hypothesis is accepted. With a t significance of $0.000 > 0.05$, there is an influence of the independent variable of service quality (X1) on consumer decisions (Y) or the hypothesis is accepted. From the calculation results, the f-count value is $115.488 > f\text{-table } 3.06$ with a significance f of $0.000 < 0.05$. This means that together the independent variables consisting of the promotion variable (X1) and service quality (X2) simultaneously have a significant effect on the dependent variable on consumer decisions (Y).*

Keywords: Promotion, Service Quality and Consumer Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena berkat hidayah dan taufiqnya saya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat gelar sarjana program studi Manajemen Pemasaran. Judul Skripsi penulis yang diajukan berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengajuan Kredit Pembiayaan Di PT FIFGROUP 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 Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
3. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan baik selama beberapa bulan ini.
4. Terimakasih untuk seluruh karyawan PT FIFGROUP Cabang Bekasi.
5. Terimakasih kepada Orang tua penulis yang telah memberikan semangat, motivasi, doa, serta dukungan secara moril maupun materil selama ini.
6. Terimakasih kepada Pacar saya Alvin Saputra yang telah memberikan semangat, motivasi, doa serta dukungan selama penulisan ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta semua pihak berkepentingan dalam penulisan skripsi ini, Akhir kata penulis saya ucapkan terimakasih.

Jakarta, 08 Juli 2021

Penulis



Lavitta Fernita Setiady

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Promosi	7
2.1.1 Tujuan Promosi	7
2.1.2 Fungsi Promosi	8
2.1.3 Strategi Promosi	9
2.1.4 Indikator Promosi	10
2.1.5 Bauran Promosi	11
2.2 Pengertian Kualitas	12
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.2.2 Pengukuran Kualitas	16
2.3 Pelayanan	17
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.3.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	18

2.3.3	Dimensi dan Indikator Pelayanan	19
2.4	Pengertian Perilaku Konsumen	20
2.4.1	Faktor Perilaku Konsumen	21
2.4.2	Model Perilaku Konsumen	23
2.5	Pengertian Kredit Dan Pembiayaan	24
2.5.1	Unsur-unsur Kredit	25
2.5.2	Tujuan Pemberian Kredit	26
2.5.3	Fungsi Kredit	26
2.5.4	Prinsip Pemberian Kredit	27
2.5.5	Jaminan Kredit	28
2.5.6	Pembiayaan Bermasalah	29
2.5.7	Analisa Kredit 4C	31
2.5.8	Analisa Kredit 5C	32
2.6	Penelitian Terdahulu	34
2.7	Kerangka Pemikir	40
2.8	Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		42
3.1	Desain Penelitian	42
3.2	Tahapan Penelitian	43
3.3	Model Konseptual Penelitian	44
3.3.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Konsumen	44
3.3.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen	44
3.3.3	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap	45
3.4	Operasional Variabel	45
3.5	Sekala Pengukuran	48
3.6	Waktu Dan Tempat Penelitian	49
3.7	Populasi	49
3.7.1	Metode Pengambilan Sampel	49
3.7.2	Teknik Sampling	50
3.8	Metode Analisis Data	50
3.8.1	Uji Instrumen Data	51
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	52

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.8.4 Uji Hipotesis	53
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Instansi	56
4.1.1 Visi dan Misi	56
4.2 Struktural Organisasi	57
4.3 Deskripsi Data	58
4.4 Uji Instrumen Data	62
4.4.1 Uji Validitas	62
4.4.2 Uji Reliabilitas	65
4.5 Uji Asumsi Klasik	66
4.5.1 Uji Normalitas	66
4.5.2 Uji Multikoleniaritas	67
4.5.3 Uji Heterokedastisitas	67
4.5.4 Uji Heterokedastisitas Scatterplot	68
4.6 Analisis Linear Berganda	69
4.7 Uji Hipotesis	69
4.7.1 Uji Partial (Uji t)	69
4.7.2 Uji Simultan (Uji f)	70
4.8 Uji Koefisien Detrminasi (R^2)	71
4.9 Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Implikasi Manajerial	76
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Peminjaman Dana Tunai Anggunan BPKB Motor.....	2
Tabel 1.2 Jumlah Peminjaman Dana Tunai Anggunan BPKB Motor.....	2
Tabel 1.3 Jumlah Peminjaman Dana Tunai Anggunan BPKB Motor.....	3
Tabel 1.4 Jumlah Kredit yang Disalurkan dan Jumlah Kredit Macet.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Pengukuran Indikator Variabel.....	48
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.5 Perbandingan Promosi (X1).....	62
Tabel 4.6 Perbandingan Kualitas Pelayanan (X2).....	64
Tabel 4.7 Perbandingan Keputusan (Y).....	64
Tabel 4.8 Perbandingan Reliabilitas.....	65
Tabel 4.9 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	66
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.11 Uji Heterokedastisitas Spearman's rho	67
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.13 Uji Parsial (Uji t)	69
Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji F)	70
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 3.1 Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Struktural FIFGROUP Cabang Bekasi	57
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Usia	59
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Gambar 4.6 Uji Validitas Promosi (X1)	62
Gambar 4.7 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	63
Gambar 4.8 Uji Validitas Keputusan (Y)	64
Gambar 4.9 Uji Reliabilitas	65
Gambar 4.10 Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penasehat Akademik.....	81
Lampiran 2 Lembar Persetujuan Pembimbing	82
Lampiran 3 Surat Riset Penelitian	83
Lampiran 4 Surat Hasil Riset Penelitian	84
Lampiran 5 Uji Plagiarism	85
Lampiran 6 Uji Referensi Skripsi	86
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi	93
Lampiran 8 Lembar Kuisioner	94
Lampiran 9 Tabel R	97
Lampiran 10 Distribusi Tabel T	106
Lampiran 11 Distribusi Tabel F	109
Lampiran 12 Tabulasi Hasil Kuisioner	112
Lampiran 13 Biodata	119