

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN SOP AYAM
KLATEN JL. RAYA CIPAYUNG KOTA DEPOK**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**SITI NANDIA
NIM: 2411807215**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN SOP AYAM KLATEN JL. RAYA CIPAYUNG KOTA DEPOK

Oleh:

Nama : SITI NANDIA
NIM 2411807215
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 29 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

.....


Novie Nostalgia, SE.,MM

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.SI., MM

Mengesahkan,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI , DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN , SOP AYAM KLATEN
JL. RAYA CIPAYUNG KOTA DEPOK**

Oleh:

Nama : SITI NANDIA
NIM 2411807215
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 29 Agustus 2022
Waktu : 14:00 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Eko Wahyu Widayat,S.Si,SE,MM

(..........)

Penguji II : Altatit Dianawati,S.Si,MM

()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Nandia
NIM 2411807215
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP 3201406004990002
Alamat : Dramaga Haji Abbas

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang pengaruh promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan sop ayam klaten ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.\

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 29 Agustus 2022

SITI NANDIA

ABSTRAK

SITI NANDIA. NIM 2411807215. Pengaruh Promosi dan kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Pelanggan, Sop Ayam Kelaten Jl. Raya Cipayung Kota Depok

Bisnis kuliner di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang semakin pesat dan sangat signifikan pengaruhnya terhadap pertumbuhan perekonomian. banyaknya kesempatan berwirausaha di bidang kuliner khas daerah, namun Memberikan kualitas pelayanan yang unggul hal ini merupakan sebuah strategi yang sangat penting karena memungkinkan dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan baru. Kualitas pelayanan merupakan komponen nilai yang pokok yang menggerakkan setiap pelaku usaha untuk sukses. kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting untuk dikelola dengan baik oleh pelaku usaha. kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu keputusan untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari hilangnya pelanggan, dan menciptakan keunggulan khusus selain dari segi keunggulan harga.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan Sop Ayam Klaten di Jl. Raya Cipayung Kota Depok . dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuisioner, dan Pemilihan sample dilakukan dengan cara purposive sampling. . Sempel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis linier berganda.

Hasil regresi menunjukkan bahwa 21,1% factor-faktor keputusan pembelian pelanggan dapat dijelaskan oleh promosi dan pelayanan terhadap pelanggan secara bersama2 mempengaruhi variabel dependent keputusan pembelian pelanggan Sop Ayam Klaten Kota Depok sebesar 21,1% sedangkan sisanya sebesar 78,9% dikekaskan oleh factor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Sedangkan uji F menunjukan bahwa variabel yang terdiri dari promosi dan pelayanan terhadap pelanggan secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Sop Ayam Klaten hasil Fhitung = (169,305) > dari Ftabel = (2,70). Hasil T menunjukan variabel promosi thitung (3.502) kualitas pelayanan (66.39) dimana Ttabel (3.17549) maka secara parsial kedua variabel promosi dan pelayanan terhadap pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Sop Ayam Klaten Kota Depok.

kata kunci : Promosi, Kualita pelayanan dan Keputusan pembelian Pelanggan

ABSTRACT

SITI NANDIA NIM 2411807215. *Effect of Promotion And Service Quality on Customer Decision, Sop Ayam Klaten Jl. Raya Cipayung Depok City.*

The culinary business in Indonesia currently experiencing an increasingly rapid and very rapid growth significant influence on economic growth. Many opportunities entrepreneurs in the culinary field typical of the region, but provide the quality of service superior this is a very important strategy because it allows it to be produce more new customers. Service quality is a component of value the principal that moves every business actor to succeed. Service quality becomes a matter which is very important to be well managed by business actors. Best service quality is a decision to increase more new customers, maintain existing customers, avoiding customers loss, and creating special advantages apart from the price excellence.

The purpose of this study is to find out and analyze simultaneously influence promotion, purpose, quality of service on the decision to purchase Klaten Chicken Sop Jl. Raya Cipayng City of Depok with a research method in the form of data collection using questionnaire and sample selection is done by purposive sampling the sample number of 100 respondents, using multiple linear analysis.

The regression results show that 21.1 customer decision factors can be explained by promotion and service to customers together affect the dependent variable the customer satisfaction of Sop Ayam Klaten Depok City is 21.1 while the rest is 78.99 is explained by other factors not examined in this study. While the F, test show that the variable contained in the promotion and service to customers are significantly to the decision of the Sop Ayam Klaten customer the results of $F_{count} = (169.305) > \text{from } F_{table} = (2.70)$. The result of T shows the promotion variable $T_{count} (3.502)$ service quality (66.39) where is $T_{table} (3.17549)$ then partially the two variables of promotion and service on the customer has a positive and positive effect on the customers decision to make Sop Ayam Klatn Depok City

Keywords : Promotion, Quality of service and Customer Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT penulis panjatkan karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Keberhasilan penulis dalam melakukan penelitian dan menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Sop Ayam Klaten Jl. Raya Cipayung Kota Depok”** ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih setulus-tulusnya terutama kepada berbagai pihak berikut ini:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M. Sc., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI inidengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Ibu Novie Nostalgia,SE.,MM sebagai pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya, arahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Ayahanda samsudin tercinta, dan terutama kakaku yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
8. Rekan-rekan mahasiswa kelas khususnya angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.

9. Bapak Ivan Kurniawan selaku Pemilik Usaha Sop Ayam Klaten Depok yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu, penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 29 Agustus 2022

Penulis,

SITI NANDIA

2411807215

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.3. Bauran Pemasaran	9
2.3.1. Pengertian Promosi (<i>Promotion</i>)	11
2.3.2. Pengertian Kualitas pelayanan.....	14
2.3.3. Tujuan kualitas pelayanan.....	16
2.3.4. Fungsi kualitas pelayanan	16
2.3.5. Dimensi Kualitas.....	16
2.3.6. Sasaran Kualitas pelayanan.....	17
2.3.7. Keputusan pembelian pelanggan	18
2.3.8. Tahapan Proses Keputusan Pembelian pelanggan.....	20
2.4. Penelitian Terdahulu.....	21
2.5. Kerangka Konseptual	24
2.6. Hipotesis	25
BAB III <u>METODOLOGI PENELITIAN</u>	26
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	26
3.2. Jenis Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1. Populasi.....	27
3.3.2. Sampel	27
3.4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.4.1. Sumber Data.....	28

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.3. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4.4. variabel bebas.....	29
3.5. Variabel Terikat (Variabel Y Keputusan Pembelian Pelanggan).....	31
3.6. Teknik Analisis data.....	32
3.6.1. Skala dan Angka penafsiran.....	32
3.7. Metode analisis data	33
3.7.1. Uji Kualitas Data.....	33
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.3. Uji Hipotesis	35
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 38
4.1. Hasil Penelitian.....	38
4.1.1. Gambaran Umum Penelitian.....	38
4.1.2. Karakteristik Responden.....	39
4.1.3. Tanggapan Responden	40
1. Promosi (X1)	40
2. Kualitas Pelayanan (X2)	41
3. Keputusan Pembelian Pelanggan(Y)	42
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	44
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	47
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 53
5.1. Simpulan.....	53
5.2. Saran	53
 DAFTAR PUSTAKA.....	 53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Rincian Bauran Pemasaran	10
Gambar 2. 2 kerangka konseptual 2022.....	24
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	47
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas Dengan Pendekatan Grafik.....	48

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data penjualan.	4
Table 3.1 Penelitian Terdahulu	23
Table 4.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	26
Tabel 3.2 Definisi operasional Variabel	31
Tabel 3.3 Angka Penafsiran	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Asal Variabel Promosi	41
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas Kualitas Pelayanan.....	42
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Keputusan Pelanggan.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Promosi	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pelanggan.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas (<i>Tolerance</i> dan VIF)	48
Tabel 4.10 Hasil Uji regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial)	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian.....	55
Lampiran 2. Kuesioner	56
Lampiran 3. Tabulasi Data	59
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	61
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	69
Lampiran 6. Daftar riwayat Hidup.....	70
Lampiran 7. Tabel R, F dan T	71