

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKO VIN'S *ELECTRIC***

***THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE
QUALITY ON PURCHASE DECISIONS AT VIN'S
ELECTRIC STORE.***

SKRIPSI

Oleh:

FENDI PUTRA JAYA ZAI

NIM: 61201021008716



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
2025**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKO VIN'S *ELECTRIC***

***THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE
QUALITY ON PURCHASE DECISIONS AT VIN'S
ELECTRIC STORE.***

**Oleh:
Fendi Putra Jaya Zai
NIM: 61201021008716**

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:
Tempat : Depok
Tanggal : 15 Juni 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

**Dr. Damaruci, S.Sos, MM
NUPTK: 4952749650130142**

**Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NUPTK: 7048743644130093**

Mengetahui,

**Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI**

**Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S
NUPTK: 2017065701**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKO VIN'S *ELECTRIC***

***THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE
QUALITY ON PURCHASE DECISIONS AT VIN'S
ELECTRIC STORE.***

**Oleh:
Fendi Putra Jaya Zai
NIM: 61201021008716**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:
Tempat : Depok
Tanggal : 14 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

**Dr. Dyah Purwaningsih, S.Si MM
NUPTK: 1440745646230083**

**Muhammad Aziz Winardi N, ST,MM
NUPTK: 5557755656137093**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

**Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NUPTK: 7048743644130093**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Fendi Putra Jaya Zai

NIM : 61201021008716

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Keputusan Pembelian di Toko Vin's *Electric*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang di kuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ekonomi GICI.
2. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsure penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijasah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk di pergunakan sebagaimana semestinya.

Depok, 15 Juli 2025

Fendi Putra Jaya Zai
NIM: 61201021008716

Nama Lengkap : FENDI PUTRA JAYA ZAI
NIM : 61201021008716
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Keputusan Pembelian Di Toko Vin's *Electric*

Abstrak

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, strategi pemasaran menjadi kunci utama bagi toko ritel untuk memenangkan hati konsumen. Dalam konteks ini faktor-faktor seperti harga, promosi dan kualitas pelayanan tidak bisa dipandang remeh. Masing-masing faktor ini memiliki peran signifikan dalam memengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian mereka. Penelitian ini difokuskan pada analisis mendalam tentang bagaimana kebijakan harga, strategi promosi, dan kualitas pelayanan di Toko Vin's *Electric* berkontribusi terhadap preferensi pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Vin's *Electric*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik insidental sampling, dengan jumlah sampel 75 responden. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa sebesar 72,3% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga, promosi dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 27,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $F_{hitung} (27,025) > F_{tabel} (2,734)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel promosi menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (3,243)$, kemudian kualitas pelayanan menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (2,206)$ dimana $t_{tabel} (1,667)$ maka secara parsial variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Vin's *Electric*. Adapun variabel harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (0,286)$, maka secara parsial variabel harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Vin's *Electric*. Variabel yang yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Vin's *Electric*.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Full Name : FENDI PUTRA JAYA ZAI
Student ID : 61201021008716
Thesis Title : *The Influence of Price, Promotion, and Service Quality on Purchase Decisions at Vin's Electric Store*

Abstract

In an era of increasingly fierce business competition, marketing strategies have become the key for retail stores to win the hearts of consumers. In this context, factors such as price, promotion, and service quality cannot be underestimated. Each of these factors plays a significant role in influencing consumer behavior and their purchase decisions. This research focuses on an in-depth analysis of how pricing policies, promotional strategies, and service quality at Vin's Electric Store contribute to consumer purchasing preferences. The aim of this study is to understand and analyze the influence of price, promotion, and service quality on purchase decisions at Vin's Electric Store. The type of research used is explanatory research with data collection methods in the form of questionnaires. The sample selection was conducted using incidental sampling techniques, with a total sample of 75 respondents. The data analysis used is multiple linear regression. The results of the regression test show that 72.3% of purchase decisions can be explained by price, promotion, and service quality, while the remaining 27.7% is explained by other factors not studied. The F test results indicate that simultaneously, these three variables have a significant effect on purchase decisions with $F \text{ count } (27.025) > F \text{ table } (2.734)$. The t test results show that the promotion variable has a t count analysis result of (3.243), while the service quality variable has a t count analysis result of (2.206), where t table (1.667), thus, partially, the promotion and service quality variables have a positive and significant effect on purchase decisions at Vin's Electric Store. Meanwhile, the price variable shows a t count analysis result of (0.286), indicating that, partially, the price variable does not have a positive and significant effect on purchase decisions at Vin's Electric Store. The dominant variable influencing purchase decisions at Vin's Electric Store is identified.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi teladan bagi umat manusia.

Penelitian Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Vin's *Electric* ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena pentingnya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap perilaku pelanggan serta memberikan manfaat bagi para pelaku bisnis dalam meningkatkan strategi mereka.

Dalam proses penulisan, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Mildy Rifai, SE. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Dr. Damaruci S.Sos, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.

5. Dr. Dyah Purwaningsih, S.Si MM, selaku penguji pertama dan Muhammad Aziz Winardi N, ST,MM sebagai penguji kedua yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
7. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
8. Cici Hivinawati dan Ko Antonius yang telah mengizinkan penulis meneliti di Toko Vin's *Electric*, sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik.
9. Keluarga tercinta Bapak Waoli Zai dan Ibu Yutiba Halawa, saudara kakak abang dan adik saya yang telah memberikan doa, kasih sayang mereka dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu 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. Harapanya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menulis lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu di berikan kesuksesan. Amin.

Depok, 15 Juni 2025

Fendi Putra Jaya Zai
NIM: 61201021008716

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
Abstrak.....	v
<i>Abstract</i>.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Rumusan Masalah	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Definisi Pemasaran	6
2.2 Harga	7
2.2.1 Indikator Harga.....	8
2.3 Promosi.....	8
2.3.1 Manfaat Promosi	9
2.3.2 Bentuk Promosi	10
3.3.3 Indikator Promosi	12
2.4 Kualitas Pelayanan	13
2.4.1 Faktor Kualitas Pelayanan	13
2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.5 Keputusan Pembelian.....	15
2.5.1 Proses Keputusan Pembeli	16

2.5.2 Indikator Keputusan Pembeli	16
2.6 Penelitian Terdahulu	18
2.7 Kerangka Pemikiran.....	25
2.8 Hipotesis Penelitian.....	26
2.8.1.1 Pengaruh Harga dengan Keputusan Pembelian.....	26
2.8.1.2 Pengaruh Promosi dengan Keputusan Pembelian	26
2.8.1.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian..	27
2.8.2 Ringkasan Hipotesis	28
2.8.3 Hipotesis Statistik.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian	27
3.2.1 Objek Penelitian	27
3.2.2 Jadwal Penelitian	27
3.2.3 Lokasi Penelitian	28
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	29
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel.....	30
3.5 Definisi Operasional.....	31
3.5.1 Variabel Bebas	32
3.5.2 Variabel Terikat.....	34
3.6 Metode Pengumpulan Data	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1 Skala dan Angka Penafsiran.....	39
3.7.2 Persamaan Regresi.....	41
3.7.3 Uji Kualitas Data	42
3.7.4 Uji Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Hasil Penelitian.....	51
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.2. Karakteristik Responden	52
4.1.3. Tanggapan Responden	54
1. Harga (X_1)	54
2. Promosi (X_2).....	56
3. Kualitas Pelayanan (X_3).....	59

4. Keputusan Pembelian (Y)	62
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	64
1. Uji Validitas	65
2. Uji Reliabilitas.....	67
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	68
1. Uji Normalitas	68
2. Uji Multikolinieritas	69
3. Uji Heteroskedastisitas	70
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis.....	71
1. Persamaan Regresi Linear Berganda	71
2. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	72
3. Koefisien Determinasi	73
4. Hasil Uji t (Uji Parsial)	74
5. Pengaruh Dominan	75
4.2. Pembahasan	75
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	76
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4. Pengaruh Secara Simultan (Uji F).....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1. Simpulan	79
5.2. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan Toko Vin's <i>Electric</i> Tahun 2022-2024	1
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....	31
Tabel 3.2. Defenisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	42
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	52
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	54
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	57
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian....	62
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	65
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	65
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	66
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	70
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4.13. Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1. Hasil Uji Normal Probability Plot	68
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas (<i>Kolmogrov-Smirnov</i>)	68
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	83
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 3. Tabulasi Data	91
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	92
Lampiran 5. Tabel F, t dan r.....	93
Lampiran 6. Kartu Bimbingan.....	110
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	111
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup	112

