

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN TEMPAT
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI (STUDI KASUS
PADA PONDOK BAKSO MAS EKO)**

SKRIPSI

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

Oleh:

**SITI ZULVASARI
NIM: 2411807218**



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



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN TEMPAT
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI (STUDI KASUS
PADA PONDOK BAKSO MAS EKO)**

Oleh:

Nama : SITI ZULVASARI
NIM : 2411807218
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 22 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

Eko Wahyu Widayat, S.Si., 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

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN TEMPAT
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI (STUDI KASUS
PADA PONDOK BAKSO MAS EKO)**

Oleh:

Nama : SITI ZULVASARI
NIM : 2411807218
Jurusan : Manajemen

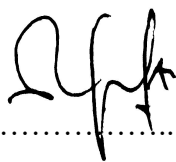
Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 22 Agustus 2022
Waktu : 09.00-10.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Sandi Noorzaman, S.Si, MM

()

Penguji II : Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc., MAP

(.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Zulvasari
NIM : 2411807218
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201385503990004
Alamat : Kamping Selawi RT/RW 005/002, Kelurahan Ciburayut,
Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Membeli (Studi Kasus Pada Pondok Bakso Mas Eko) ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin 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, 22 Agustus 2022

SITI ZUVASARI

ABSTRAK

SITI ZULVASARI. NIM 241.180.7218. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Membeli (Studi Kasus Pada Pondok Bakso Mas Eko).

Bakso merupakan salah satu makanan favorit di Indonesia. Karenanya penjual bakso sangat mudah ditemui. Hal itu menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar penjual bakso. Kreasi dan inovasi terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Oleh sebab itu untuk bisa bersaing penjual harus memperhatikan diantaranya kualitas produk, promosi dan tempat. Untuk alasan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Membeli (Studi Kasus Pada Pondok Bakso Mas Eko)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Membeli (Studi Kasus Pada Pondok Bakso Mas Eko). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Probability Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 54,10% faktor-faktor keputusan membeli Pondok Bakso Mas Eko dijelaskan oleh kualitas produk, promosi dan tempat sedangkan sisanya 45,90% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan Uji F menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas produk, promosi, dan tempat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli Pondok Bakso Mas Eko dengan hasil analisis adalah $F_{hitung} = (37,742) > F_{tabel} = (2,70)$. Hasil Uji t menunjukkan variabel kualitas produk analisis $t_{hitung} (3,068)$, variabel promosi $(3,653)$, dan variabel tempat $(2,543)$ dimana $t_{tabel} (1,660)$ maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membeli Pondok Bakso Mas Eko. Bisa dijelaskan bahwa variabel promosi yang paling dominan mempengaruhi Terhadap Keputusan Membeli Pondok Bakso Mas Eko.

Kata kunci: kualitas produk, promosi, tempat, keputusan membeli

ABSTRACT

SITI ZULVASARI. NIM 241.180.7218. *The Influence of Product Quality, Promotion and Place on Buying Decisions (Case Study at Pondok Bakso Mas Eko).*

Meatballs are one of the favorite foods in Indonesia. Therefore, meatball sellers are very easy to find. This causes increasingly tight competition between meatball sellers. Creations and innovations are continuously carried out to meet consumer needs and tastes. Therefore, to be able to compete, sellers must pay attention to product quality, promotion and place. For this reason, the author is interested in conducting a study entitled The Effect of Product Quality, Promotion and Place on Buying Decisions (Case Study at Pondok Bakso Mas Eko)

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality, promotion and place on purchasing decisions (a case study at Pondok Bakso Mas Eko). The type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection is done by means of Probability Sampling. The sample amounted to 100 respondents, using multiple linear regression analysis. The results of the regression test showed that 54.10% of the decision factors to buy Pondok Bakso Mas Eko were explained by product quality, promotion and place, while the remaining 45.90% was explained by other factors not examined in this study. While the F test shows that the independent variables consisting of product quality, promotion, and place simultaneously have a positive and significant effect on the decision to buy Pondok Bakso Mas Eko with the results of the analysis being $F_{count} = (37.742) > F_{table} = (2.70)$. The results of the t-test show that the product quality variable is $t_{count} (3.068)$, promotion variable (3.653) , and place variable (2.543) where $t_{table} (1.660)$ then partially these variables have a significant effect on the decision to buy Pondok Bakso Mas Eko. It can be explained that the most dominant promotion variable influences the Buying Decision of Mas Eko's Bakso Pondok.

Keywords: *product quality, promotion, place, buying 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 Kualitas Produk, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Membeli (Studi Kasus Pada Pondok Bakso Mas Eko)”** 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 ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H 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. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si., 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. Ibunda Titin Sutini tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.

8. Adik tersayang Siti Julia dan Siti Masitoh, yang telah menjadi *support system* terbaik selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Rekan-rekan sahabat, yang telah menjadi *support system* terbaik, yang telah meluangkan waktunya, memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Rekan-rekan mahasiswa khususnya angkatan 2018 yang telah bersama penulis menjalani perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
11. Serta semua pihak yang penulis tidak dapat 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. 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, 22 Agustus 2022
Penulis,

SITI ZULVASARI
NIM:2411807218

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Kualitas Produk	8
2.1.2. Promosi	14
2.1.3. Tempat	16
2.1.4. Keputusan Pembelian	18
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Kerangka Berpikir	28
2.4. Hipotesis	29
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	30
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.3.1. Populasi	31
3.3.2. Sampel	31
3.4. Teknik Pengumpulan Data	32
3.5. Definisi Operasional Variabel	33
3.5.1. Variabel Bebas	33
3.5.2. Variabel Terikat	35
3.6. Teknik Analisis Data	37
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	38
3.6.2. Persamaan Regresi	39

3.6.3. Uji Kualitas Data	40
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	40
3.6.5. Uji Hipotesis	43
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil penelitian	47
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.2. Karakteristik Responden	47
4.1.3. Tanggapan Responden	49
1. Kualitas Produk (X_1)	50
2. Promosi (X_2)	51
3. Tempat (X_3)	53
4. Keputusan Pembelian (Y)	55
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	56
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas	58
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	59
1. Uji Normalitas	59
2. Uji Multikolinieritas	61
3. Uji Heteroskedastisitas	61
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	62
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	63
2. Hasil Uji F (Simultan)	64
3. Koefisien Determinasi	65
4. Hasil Uji t (Parsial)	65
5. Pengaruh Dominan	66
4.2. Pembahasan	67
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	69
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	30
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3.3. Skala dan Angka Penafsiran	39
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	48
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Promosi.....	52
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Variabel Tempat	53
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Membeli.....	55
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	57
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	57
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Tempat.....	58
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Membeli	58
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolonieritas (Tolerance & VIF)	61
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Berganda	63
Tabel 4.13. Hasil Uji F (Uji Simultan)	64
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen	21
Gambar 2.2. Model Lima Tahap Proses Membeli	23
Gambar 2.3. Kerangka Berpikir Penelitian	28
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas	60
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas	60
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.	73
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian	76
Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian	77
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas)	78
Lampiran 5. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis)	82
Lampiran 6. Kartu Bimbingan	85
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup	86
Lampiran 8. Tabel F	87
Lampiran 9. Tabel t	88