

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DIMSUM SIONTY BOGOR**

SKRIPSI

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

Oleh:

**MUHAMMAD IKHSAN
NIM: 2411807171**



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



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KULAITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DIMSUM SIONTY BOGOR**

Oleh:

Nama : MUHAMMAD IKHSAN
NIM : 2411807171
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 10 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

Sandi Noorzaman, S.Si., 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 KULAITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DIMSUM SIONTY BOGOR**

Oleh:

Nama : MUHAMMAD IKHSAN
NIM : 2411807171
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 10 Agustus 2022
Waktu : 14.20 – 15.40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Altatit Dianawati, S.Si., MM (.....)
Penguji II : Nuryani Susana, S.Pd., SH., MH (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ikhsan
NIM : 2411807171
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3271010711860005
Alamat : Jl. Kosasih No. 44 RT 001/007 Kel. Cikaret
Kec. Bogor Selatan Kota Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Sionty Bogor” 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, 10 Agustus 2022



MUHAMMAD IKHSAN

ABSTRAK

MUHAMMAD IKHSAN. NIM 2411807171. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Sionty Bogor.

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang memiliki perkembangan yang besar. Berjalan dengan hal tersebut tentunya membuat bisnis di bidang kuliner menjadi sangat kompetitif ditambah lagi dengan perkembangan teknologi dan maraknya belanja dengan cara online oleh sebab itu untuk bisa bersaing tentunya usaha kuliner ini harus terus melakukan promosi, inovasi dan terus meningkatkan kualitas pelayanan. Untuk alasan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian Dimsum Sionty Bogor.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian Dimsum Sionty Bogor. 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 *Accidental Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 54,40% faktor-faktor Dimsum Sionty Bogor dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan promosi sedangkan sisanya 45,60% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan Uji F menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Dimsum Sionty Bogor dengan hasil analisis adalah $F_{hitung} = (60.087) > F_{tabel} = (2,70)$. Hasil Uji t menunjukkan variabel kualitas pelayanan analisis $t_{hitung} (3,897)$, promosi (5,500) dimana $t_{tabel} (1,660)$ maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Dimsum Sionty Bogor. Bisa dijelaskan bahwa variabel promosi yang dominan mempengaruhi Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Sionty Bogor.

Kata kunci: kualitas pelayanan, promosi, keputusan pembelian

ABSTRACT

MUHAMMAD IKHSAN. NIM 2411807171. *The Influence of Promotion and Service Quality on Purchase Decision Dimsum Sionty Bogor.*

Culinary business is a business that has a great development. Running with it certainly makes the business in the culinary field to be very competitive coupled with the development of technology and the rise of shopping online way therefore to be able to compete. Of course this culinary business must continue to promote, innovate and continue to improve the quality of service. for that reason, the author is interested to conduct research with the title Of Service Quality and Promotion on Purchase Decision on Dimsum Sionty Bogor.

The purpose of this study is to know and analyze the Effect of Price, Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction on Dimsum Sionty Bogor. 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. The selection of samples is done by Accidental Sampling. The sample numbered 100 respondents, using multiple linear regression analysis.

The regression test results showed that 54.40% of Dimsum Sionty Bogor customer satisfaction factors were explained by service quality and promotion while the remaining 45.60% were explained by other factors not studied in this study. While Test F showed that independent variabels service quality and promotion simultaneously significantly affect customer satisfaction Dimsum Sionty Bogor with the results of analysis $F_{count} = (60,087) > F_{table} = (2,70)$. T test results showed service quality (3,897), promotion variabels $t_{calculated}$ analysis results (5,500) where $t_{table} (1,660)$ then partially the variabel significantly affects purchase decision Dimsum Sionty Bogor. It can be explained that the most dominant variabel affecting the purchase decision of Dimsum Sionty Bogor customers is promotion.

Keywords: service quality, promotion, purchase decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul ini Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Sionty disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat adanya persaingan pasar antara para pedagang Dimsum di Kota Bogor. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membeli Dimsum seiring dengan semakin banyaknya penjualan Dimsum di Kota Bogor. Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Ahmad Subagyo, SE., MM., CRDB., CSA., CRP selaku Ketua Senat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
3. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
4. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
5. Bapak Sandi Noorzaman, S.Si., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi
6. 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.

7. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Istri saya tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada kakak-kakak saya yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
11. 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, di masa 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, 10 Agustus 2022



MUHAMMAD IKHSAN

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Rumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian	3
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	4
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Kualitas Pelayanan	6
2.1.2. Promosi	9
2.1.3. Keputusan Pembelian	17
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Berpikir	24
2.4. Hipotesis	26
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	27
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.3.1. Populasi	28
3.3.2. Sampel	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data	29
3.5. Definisi Operasional Variabel	30
3.5.1. Variabel Bebas	30
3.5.2. Variabel Terikat	31
3.6. Teknik Analisis Data	32
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	32
3.6.2. Persamaan Regresi	34
3.6.3. Uji Kualitas Data	34
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	36
3.6.5. Uji Hipotesis	39

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil penelitian	42
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.2. Karakteristik Responden	42
4.1.3. Tanggapan Responden	44
1. Kualitas Pelayanan (X_1)	44
2. Promosi (X_2)	45
3. Keputusan Pembelian(X_3).....	46
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	47
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas	49
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	50
1. Uji Normalitas	50
2. Uji Multikolinieritas	51
3. Uji Heteroskedastisitas	51
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	52
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	52
2. Hasil Uji F (Simultan)	53
3. Koefisien Determinasi	54
4. Hasil Uji t (Parsial)	55
5. Pengaruh Dominan	55
4.2. Pembahasan	56

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	59
5.2. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	27
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	33
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	43
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan	44
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Promosi	45
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	48
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.9. Hasil Uji MultikolInieritas (<i>Tolerance & VIF</i>)	51
Tabel 4.10. Hasil Uji Regresi Berganda	53
Tabel 4.11. Hasil Uji F (Uji Simultan)	54
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.13. Hasil Uji t (Uji Parsial)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Penelitian.....	25
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas	50
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	62
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian	65
Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian.....	66
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas)	67
Lampiran 5. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis)	70
Lampiran 6. Kartu Bimbingan	73
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup	74
Lampiran 8. Tabel F.....	75
Lampiran 9. Tabel t	76