

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK, LOKASI
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AYAM GORENG DI RESTO AA
BOGOR SELATAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

**PIPIT SAFITRI
NIM: 2411807192**



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



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK, LOKASI
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AYAM GORENG DI RESTO AA
BOGOR SELATAN**

Oleh:

Nama : PIPIT SAFITRI
NIM : 2411807192
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 08 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 HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK, LOKASI
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AYAM GORENG DI RESTO AA
BOGOR SELATAN**

Oleh:

Nama : PIPIT SAFITRI
NIM : 2411807192
Jurusan : Manajemen

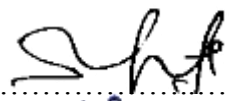
Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 08 Agustus 2022
Waktu : 14.20 – 15.40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Sandi Noorzaman, S.Si., 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 : Pipit Safitri
NIM : 2411807192
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3271015007970009
Alamat : Kp. Jayasari RT/RW 003/005, Kelurahan Rangka Mekar,
Kecamatan Kota Bogor Selatan, Kota Bogor, Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng di Resto AA Bogor Selatan 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, 08 Agustus 2022

PIPIT SAFITRI

ABSTRAK

PIPIT SAFITRI. NIM 2411807192. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng di Resto AA Bogor Selatan.

Restoran AA merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, berkonsep angkringan dengan menu serba digoreng dan lalapan gratis sepuasnya. Dengan ciri khas sambal goreng pedas, serta taburan serundeng gurih yang melimpah Banyaknya komplain yang diajukan konsumen atas kuarng maksimalnya pelayanan yang diberikan serta kualitas produk yang perlu ditingkatkan, hal ini membuat perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk agar konsumen semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng di Resto AA Bogor Selatan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng di Resto AA Bogor Selatan. 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 *Accident Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 83,40% faktor-faktor keputusan pembelian konsumen dijelaskan oleh harga, promosi, kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 16,60% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan Uji F menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri harga, promosi, kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng di Resto AA Bogor Selatan dengan hasil analisis $F_{hitung} = (100,185) > F_{tabel} = (2,311)$. Hasil Uji t menunjukkan variabel promosi hasil analisis t_{hitung} (4,768), kualitas produk (2,501), lokasi (5,828) dimana t_{tabel} (1,985) maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel harga menunjukkan hasil t_{hitung} (-0,228), kualitas pelayanan (1,840) dimana t_{tabel} (1,985) maka secara parsial variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ayam goreng di resto AA Bogor Selatan. Bisa dijelaskan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi.

Kata kunci: harga, promosi, kualitas produk, lokasi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

PIPIT SAFITRI. NIM 2411807192. *The Influence of Price, Promotion, Product Quality, Location and Service Quality on the Purchase Decision of Fried Chicken at AA Restaurant, South Bogor.*

AA Restaurant is one of the companies engaged in the culinary field, with the concept of an angkringan with an all-fried menu and free as much fresh vegetables as you like. With the characteristics of the spicy fried chili sauce, as well as a generous sprinkling of savory serundeng, this restaurant is the hallmark of this restaurant. The number of complaints submitted by consumers on the lack of maximum service provided and the quality of products that need to be improved, this makes the company must improve the quality of service and product quality so that consumers are more interested in making purchasing decisions. Therefore, the authors are interested in conducting research with the title Influence of Price, Promotion, Product Quality, Location and Service Quality on the Purchase Decision of Fried Chicken at AA Restaurant, South Bogor.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, promotion, product quality, location and service quality on purchasing decisions for fried chicken at AA Restaurant, South 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. Sample selection was done by accidental sampling. The sample is 100 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test showed that 83.40% of consumer purchasing decision factors were explained by price, promotion, product quality, location and service quality, while the remaining 16.60% was explained by other factors not examined in this study. While the F test shows that the independent variables consisting of price, promotion, product quality, location and service quality simultaneously have a significant effect on the Purchase Decision of Fried Chicken at AA Restaurant South Bogor with the results of the analysis $F_{count} = (100,185) > F_{table} = (2,311)$. The results of the t test show that the promotional variables are the results of the analysis $t_{count} (4.768)$, product quality (2.501) , location (5.828) where $t_{table} (1.985)$ then partially these variables have a significant effect on purchasing decisions while the price variable shows the results $t_{count} (-0.228)$, service quality (1.840) where $t_{table} (1.985)$ then partially these variables have no significant effect on the decision to purchase fried chicken at AA South Bogor restaurant. It can be explained that the most dominant variable influencing purchasing decisions is location.

Keywords: *price, promotion, product quality, location, service quality, purchase 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 Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Goreng Di Resto AA Bogor Selatan”** 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., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak 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 staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Ibunda Haryani dan Ayahanda Idris Suherman tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.

8. Subekti Nurdianti sahabat tercinta, yang telah menjadi *support system* terbaik selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Iyus Hidayat orang terkasih, 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 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.
11. 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. 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, 08 Agustus 2022
Penulis,

PIPIT SAFITRI
NIM: 2411807192

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
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.....	5
1.3. Pembatasan Masalah	6
1.4. Perumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Harga	9
2.1.2. Promosi	10
2.1.3. Kualitas Produk	12
2.1.4. Lokasi	14
2.1.5. Kualitas Pelayanan	15
2.1.4. Keputusan Pembelian	17
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Berpikir.....	21
2.4. Hipotesis.....	22
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.2. Jenis dan Metode Penelitian.....	26
3.3. Populasi dan Sampel	27
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5.1. Variabel Bebas.....	29
3.5.2. Variabel Terikat.....	31
3.6. Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	33
3.6.2. Persamaan Regresi.....	35

3.6.3.	Uji Kualitas Data	35
3.6.4.	Uji Asumsi Klasik	37
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. Harga (X_1)	45
	2. Promosi (X_2).....	47
	3. Kualitas Produk (X_3)	48
	4. Lokasi (X_4)	50
	5. Kualitas Pelayanan (X_5)	51
	6. Keputusan Pembelian (Y)	53
4.1.4.	Hasil Uji Kualitas Data.....	55
	1. Uji Validitas	55
	2. Uji Reliabilitas.....	55
4.1.5.	Hasil Uji Asumsi Klasik	58
	1. Uji Normalitas	59
	2. Uji Multikolinieritas	60
	3. Uji Heteroskedastisitas	61
4.1.6.	Hasil Uji Hipotesis.....	62
	1. Persamaan Regresi Linier Berganda	62
	2. Hasil Uji F (Simultan)	63
	3. Koefisien Determinasi	64
	4. Hasil Uji t (Parsial).....	65
	5. Pengaruh Dominan	66
4.2.	Pembahasan.....	66
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	72
5.2.	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA		74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Kompetitor Resto Ayam Goreng AA.....	4
Tabel 1.2.	Data Penjualan Tahun 2021-2022 (Dalam Rupiah)	5
Tabel 2.2.	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1.	Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	26
Tabel 3.2.	Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.3.	Skala dan Angka Penafsiran	34
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden	43
Tabel 4.2.	Tanggapan Responden Variabel Harga.....	45
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden Variabel Promosi	47
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden Variabel Lokasi	50
Tabel 4.6.	Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel 4.7.	Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.8.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	55
Tabel 4.9.	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	56
Tabel 4.10.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	56
Tabel 4.11.	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	56
Tabel 4.12.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	57
Tabel 4.13.	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.14.	Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.15.	Hasil Uji Multikolonieritas (Tolerance & VIF)	61
Tabel 4.16.	Hasil Uji Regresi Berganda.....	62
Tabel 4.17.	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	64
Tabel 4.18.	Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4.19.	Hasil Uji t (Uji Parsial)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahapan Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2. Kerangka Berpikir Penelitian	23
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	76
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian.....	79
Lampiran 3. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas)	80
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis)	86
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	90
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....	91
Lampiran 7. Tabel F.....	92
Lampiran 8. Tabel t	93
Lampiran 9. Surat Izin Penelitian.....	94