

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ACRYLIC
DI PT. JAKA ACRYLIC ADVERTISING**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Strata 1



Oleh:

Nama : Laila Indah Nafasya

NIM : 190400051

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

2023

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PROMOTION
AND LOCATION ON ACRYLIC PURCHASE DECISIONS AT
PT. JAKA ACRYLIC ADVERTISING**

THESIS

Management Study Program – Strata 1



Arranged by:

Nama : Laila Indah Nafasya

NIM : 190400051

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS,
SATYA NEGARA UNIVERSITY OF INDONESIA**

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama : Laila Indah Nafasya

NIM : 190400051

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa hasil skripsi ini murni hasil sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip karya orang lain maka saya menyantumkan sumber yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 08 Agustus 2023



(Laila Indah Nafasya)
190400051

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Laila Indah Nafasya
Nim : 190400051
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Acrylic di PT. Jaka Acrylic Advertising
Tanggal Ujian : 08 Agustus 2023

Jakarta, 08 Agustus 2023

Dosen Pembimbing II

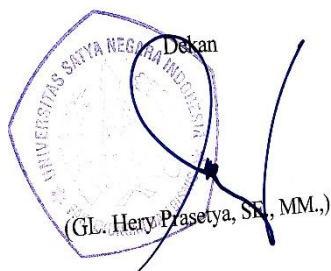
Dosen Pembimbing I

(Dr. Yosi Stefhani, SE., MM)

(GL. Hery Prasetya, SE., MM.)

Dekan

Ketua Program Studi


Dekan
(GL. Hery Prasetya, SE., MM.,)

(GL. Hery Prasetya, SE., MM.,)



(Agus Wahyono, SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ACRYLIC DI PT. JAKA ACRYLIC ADVERTISING



Dosen Penguji I

(Dr. Edi Siregar, S.Pd., S. Mn., M.M)

Dosen Penguji II

(Yuslinda Nasution, SE..M.M)

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, dan telah memberikan bantuan secara moril maupun material sehingga skripsi dapat selesai tepat waktu. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Dr. Sihar P.H Sitorus, B.S.B.A., M.B.A
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak GL. Hery Prasetya, SE, MM. sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan senantiasa sabar juga ikhlas dalam memberikan bimbingan dalam kepada penulis dalam menyusun skripsi.
3. Ketua Jurusan Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia, Bapak Agus Wahyono, SE, M.M
4. Dr. Yosi Stefhani, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi.
5. Dosen PA, Bapak Agus Wahyono, SE., MM., yang telah memberikan pengarahan dalam bimbingan dalam penyusunan mata kuliah setiap semester kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan mata kuliah dan melaksanakan skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Staff Tata Usaha Universitas Satya Negara Indonesia yang telah memberikan pengetahuan dan bantuan kepada penulis selama perkuliahan ini.

7. Terima kasih kepada Bapak Abdul Haris Pamungkas selaku owner PT. Jaka Acrylic Advertising atas izin yang diberikan untuk peneliti.
8. Terima Kasih Kepada Kedua orang tua tercinta penulis, yang selalu memberikan do'a dan dorongan tiada henti kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Terima kasih kepada teman-teman karyawan PT. Jaka Acrylic Advertising atas support dan bantuan kepada penulis.
10. Terima kasih untuk Fajar Firmansyah, S.M selaku mentor yang sudah bersedia mengajarkan, membimbing dan memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan proses skripsi.
11. Seluruh teman-teman Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu Namanya, dan semua yang telah membantu saya semasa kuliah
12. Terimakasih untuk diri sendiri selaku penulis yang sudah mampu menyelesaikan skripsi ini dengan semangat dan pantang menyerah. Kamu hebat

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan atau penyusunan skripsi. Maka penulis menerima berbagai saran, kritik, komentar yang membangun demi kesempurnaan penulisan di masa depan, penulis harap laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu.

Jakarta, 28 Juli 2023



Laila Indah Nafasya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian PT. Jaka Acrylic Advertising secara simultan maupun parsial. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 101 responden pelanggan yang pernah membeli Acrylic pada PT. Jaka Acrylic Advertising. Metode kuantitatif dan hasil penelitian ini berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan (uji F) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, dan Promosi, Lokasi*



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality, Promotion and Location on purchasing decisions of PT. Jaka Acrylic Advertising simultaneously or partially. The data used is primary data collected by distributing questionnaires to 101 customer respondents who have purchased Acrylic at PT. Jaka Acrylic Advertising. Quantitative method and the results of this study are based on respondents' answers using a Likert scale. The analytical method used in this study is multiple linear regression test, F test, t test and the coefficient of determination. The results of this study indicate that simultaneously (F test) there is a positive and significant influence between Service Quality, Promotion and Location on Purchasing Decisions. Partially (t test) shows that Service Quality has a negative and significant effect on Purchase Decisions, Promotion has a positive and significant effect on Purchase Decisions, and Location has a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: Purchase Decision, Service Quality, and Promotion, Location



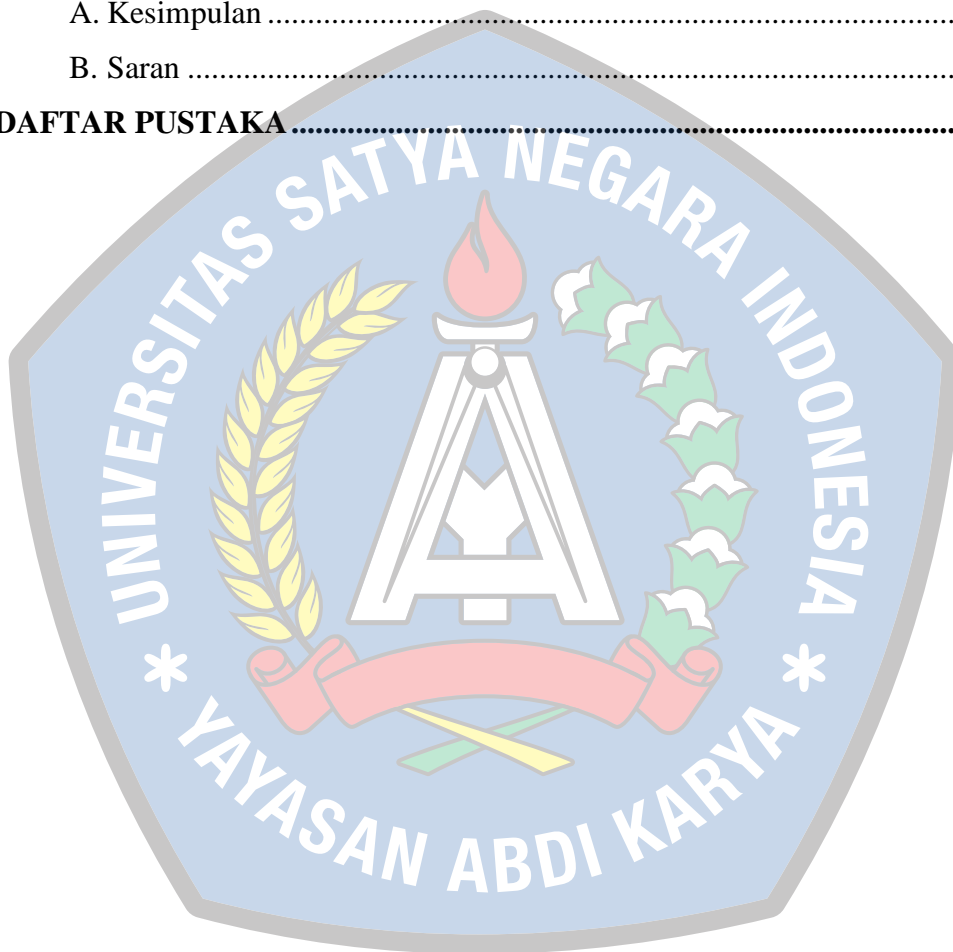
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kegunaan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Keputusan Pembelian.....	11
1. Definisi Keputusan	11
2. Definisi Pembelian.....	11
3. Definisi Keputusan Pembelian.....	12
4. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	13
5. Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	13
6. Perilaku pembelian kebiasaan.....	14
7. Perilaku pembelian mencari keragaman	14
8. Perilaku pembelian pengurangan disonasi.....	15
9. Tahap Proses Keputusan Pembelian	15
10. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	16

B. Kualitas Pelayanan.....	19
1. Pengertian Kualitas	19
2. Pengertian Pelayanan	19
3. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
4. Mafaat Kualitas Pelayanan	20
5. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	21
6. Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan	22
C. Promosi	25
1. Pengertian Promosi.....	25
2. Tujuan Promosi.....	27
3. Manfaat Promosi.....	27
4. Strategi Promosi.....	28
5. Dimensi dan Indikator Promosi	29
D. Lokasi.....	30
1. Pengertian Lokasi	30
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Lokasi.....	31
3. Dimensi dan Indikator Lokasi.....	32
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan	33
F. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis.....	34
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	34
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	35
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
4. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.	36
G. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian	38
C. Hipotesis Statistik	38
D. Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	39
1. Variabel Penelitian.....	39

2. Skala Pengukuran	42
E. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi.....	43
2. Sampel	43
F. Jenis Data	44
1. Data Primer	44
2. Data Sekunder.....	44
G. Definisi Operasional Variabel.....	44
H. Metode Analisis Data.....	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. Uji Instrumen	46
3. Uji Asumsi Klasik.....	51
4. Uji Korelasi.....	52
5. Uji Regresi Linier Berganda	53
6. Uji Hipotesis	53
7. Uji Koefisien Determinasi	56
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Hasil Penyebaran Kuesioner	57
B. Profil dan Karakteristik Responden	57
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	58
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	59
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	60
C. Metode Analisis Data.....	60
1. Analisis Deskriptif	60
2. Uji Asumsi Klasik.....	62
3. Analisis Regresi Linear Berganda	68
4. Uji Hipotesis	70
5. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	72
D. Pembahasan dan Interpretasi	73

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.	73
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	74
3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	76
4. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Nama Toko Acrylic di Jakarta Selatan	3
Tabel 1.2	Total Penjualan Jaka Acrylic Advertising Bulan September – Desember 2022.....	4
Tabel 1.3	Pra Survey Kualitas Pelayanan PT. Jaka Acrylic Advertising.....	5
Tabel 1.4	Pra Survey Promosi PT. Jaka Acrylic Advertising	6
Tabel 1.5	Pra Survey Lokasi PT. Jaka Acrylic Advertising.....	7
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu yang Relevan	33
Tabel 3.1	Skala Likert	43
Tabel 3.2	Defnisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	48
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2)	49
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3).....	50
Tabel 3.7	Hasil Uji Reabilitas	51
Tabel 3.8	Interprestasi Koefisien Korelasi	53
Tabel 4.1	Hasil Penyebaran Kuisisioner	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasrkan Tingkat Usia	58
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasrkan Pekerjaan	59
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumer Informasi	59
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	60
Tabel 4.7	Analisis Statistik Deskriptif	61
Tabel 4.8	Hasil Uji One Sample Kolmogorov Smirnov	64
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
Tabel 4.10	Hasil Uji Autokolerasi.....	68
Tabel 4.11	Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 4.12	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	70
Tabel 4.13	Hasil Uji t	71
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas Histogram P-Plot.....	63
Gambar 4.2 Grafik Uji Normalitas Histogram P-Plot.....	65
Gambar 4.3 Grafik Scatter P-Plot	66

