

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AISYAH BROWNIES BATAM**

SKRIPSI



Oleh
Nofan Rizaldo
180910202

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AISYAH BROWNIES BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Nofan Rizaldo
180910202**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Nofan Rizaldo

NPM : 180910202

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AISYAH BROWNIES BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 01 Agustus 2022



Nofan Rizaldo

180910202

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AISYAH BROWNIES BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Nofan Rizaldo
180910202**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 01 Agustus 2022



**Winda Evyanto, S.S., M.MPd.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Batam merupakan salah satu kota industri terkemuka di Indonesia dan juga menjadi salah satu pintu masuk utama bagi masuknya wisatawan asing maupun domestik. Batam merupakan gerbang utama arus masuk wisatawan mancanegara di Kepulauan Riau. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, kemudian lokasi yang strategis dan juga promosi menarik yang dilakukan agar calon konsumen mengetahui adanya produk yang ditawarkan, ini akan menjadi awal bagi konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui adakah pengaruh secara parsial maupun simultan antara kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Aisyah Brownies Batam. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen Aisyah Brownies Batam sebanyak 516 orang. Jumlah sampel yang dipakai sebanyak 225 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode penelitian yang dipakai ialah metode kuantitatif. Data diolah menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan t hitung $2,247 > t$ tabel $1,971$, lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t hitung $3,965 > t$ tabel $1,971$, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t hitung $2,376 > t$ tabel $1,971$. Penelitian ini juga membuktikan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Aisyah Brownies Batam dengan hasil nilai f hitung $24,901 > f$ tabel $2,645$

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Lokasi; Promosi; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Batam is one of the leading industrial cities in Indonesia and also one of the main entrances for the entry of foreign and domestic tourists. Batam is the main gateway to the inflow of foreign tourists in Kepulauan Riau. With a good quality of service then a strategic location and also attractive promotions carried out so that potential consumers know the existence of the products offered, this will be the beginning for consumers to make a purchase decision. This study aims to find out whether there is a partial or simultaneous influence between the quality of service, location and promotion on purchasing decisions at Aisyah Brownies Batam. The population in this study was 516 consumers of Aisyah Brownies Batam. The number of samples used was 225 people. Data collection techniques using questionnaires. The research method used is the quantitative method. The data is processed using the SPSS version 26 program. The results showed a significant influence of service quality on purchasing decisions with t test $2,247 > t$ table $1,971$, a significant impact of location was found on purchasing decisions with t test $3,965 > t$ table $1,971$, and also promotions had a significant impact on purchasing decisions with t value $2,376 > t$ table $1,971$. This research also proves that simultaneously the quality of service, location and promotion affects the purchasing decision at Aisyah Brownies Batam with the result of a calculated f value of $24.901 > f$ table 2.645

Keywords: *Quality of service; Location; Promotion; Buying Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa laporan tugas akhir ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku dosen pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Ibu Hikmah, S.E., M.Si selaku pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah membimbing serta memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
7. Keluarga dan para saudara yang telah memberikan motivasi, perhatian, nasehat dan doa serta kasih sayang yang tulus kepada penulis.
8. Bapak Nofera selaku pemilik toko Aisyah Brownies Batam yang telah bersedia dan meluangkan waktu bagi penulis untuk melakukan penelitian.
9. Teman-teman seperjuangan terutama mahasiswa pada Universitas Putera Batam yang telah ingin bekerja sama bersama penulis serta bantuan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
10. Para responden yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan kepada penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah Subhanahu wa ta'ala membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya.

Batam, 01 Agustus 2022
penulis



Nofan Rizaldo



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Manfaat Teoritis	8
1.6.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kajian Teori	10
2.1.1. Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2.1.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	12
2.1.1.3. Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.1.2. Lokasi	14
2.1.2.1. Pengertian Lokasi	14
2.1.2.2. Strategi Pemilihan Lokasi	15
2.1.2.3. Indikator-Indikator Pemilihan Lokasi	16
2.1.3. Promosi.....	17
2.1.3.1. Pengertian Promosi	17
2.1.3.2. Tujuan Promosi	18
2.1.3.3. Indikator-Indikator Promosi.....	20
2.1.4. Keputusan Pembelian	21
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.1.4.2. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	23
2.1.4.3. Indikator-Indikator Keputusan Pembelian	24
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Pemikiran.....	33
2.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	34

2.3.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4.	Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1.	Jenis Penelitian.....	37
3.2.	Sifat Penelitian	37
3.3.	Lokasi Dan Periode Penelitian	38
3.3.1.	Lokasi Penelitian	38
3.3.2.	Periode Penelitian	38
3.4.	Populasi Dan Sampel	39
3.4.1.	Populasi	39
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	39
3.4.3.	Teknik <i>Sampling</i>	40
3.5.	Sumber Data.....	40
3.6.	Metode Pengumpulan Data	41
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	42
3.7.1.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	43
3.7.2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	43
3.8.	Metode Analisis Data.....	45
3.8.1.	Analisis Dekriptif	45
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	45
3.8.2.1.	Uji Validitas Data.....	45
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas Data	46
3.8.2.3.	Pengujian Validitas Instrumen	46
3.8.2.4.	Pengujian Reliabilitas Instrumen	47
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.3.1.	Uji Normalitas.....	47
3.8.3.2.	Uji Multikolinieritas.....	48
3.8.3.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.8.4.	Uji Pengaruh	49
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.8.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	50
3.9.	Uji Hipotesis	50
3.9.1.	Uji t	51
3.9.2.	Uji f.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
4.2.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	55
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	57
4.3.1.	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X ₁)	58
4.3.2.	Deskripsi Variabel Lokasi (X ₂).....	59
4.3.3.	Deskripsi Variabel Promosi (X ₃)	61

4.3.3.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
4.4.	Analisis Data	64
4.4.1.	Hasil Uji Validitas.....	64
4.4.1.1.	Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
4.4.1.2.	Uji Validitas Variabel Lokasi.....	65
4.4.1.3.	Uji Validitas Variabel Promosi	66
4.4.1.4.	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	67
4.4.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	68
4.4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
4.4.3.1.	Hasil Uji Normalitas	69
4.4.3.2.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
4.4.3.2.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
4.4.4.	Uji Pengaruh	73
4.4.4.1.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	73
4.4.4.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	75
4.5.	Pengujian Hipotesis.....	76
4.5.1.	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	76
4.5.2.	Hasil Uji Simultan (Uji f).....	77
4.6.	Pembahasan.....	78
4.6.1.	Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. 78	
4.6.2.	Pengaruh Variabel Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.6.3.	Pengaruh Variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian	79
4.6.4.	Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	79
4.7.	Implikasi Hasil Penelitian	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		81
5.1.	Simpulan	81
5.2.	Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 4. 1 Grafik Normal P-Plot.....	69
Gambar 4. 2 Diagram <i>Scatterplot</i>	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Penjualan Aisyah Brownies Batam	3
Tabel 1. 2 Data Konsumen Aisyah Brownies Batam	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	38
Tabel 3. 2 Skala Likert	42
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Penelitian.....	44
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4. 5 Rentang Skala.....	58
Tabel 4. 6 Pernyataan Berdasarkan Indikator Variabel Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4. 7 Pernyataan Berdasarkan Indikator Variabel Lokasi.....	60
Tabel 4. 8 Pernyataan Berdasarkan Indikator Variabel Promosi	61
Tabel 4. 9 Pernyataan Berdasarkan Indikator Variabel Keputusan Pembelian....	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Lokasi (X_2)	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Promosi (X_3).....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4. 17 Uji Glejser	73
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75
Tabel 4. 20 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	76
Tabel 4. 21 Hasil Uji f (Uji Simultan).....	77

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1 Slovin	39
Rumus 3. 2 Koefisien Korelasi	46
Rumus 3. 3 Regresi Linear Berganda.....	49
Rumus 3. 4 Uji t	51
Rumus 3. 5 Uji f.....	52
Rumus 4. 1 Rentang Skala	57