

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK
BELANJA PADA MINIMARKETASTAKA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Ita Purnama Marbun
150910455**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK
BELANJA PADA MINIMARKETASTAKA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Ita Purnama Marbun
150910455**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam,
Yang membuat pernyataan

Ita Purnama Marbun

150910455

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK
BELANJA PADA MINIMARKET ASTAKA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Ita Purnama Marbun
150910455**

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

Batam, 15 Februari 2019

Raymond, S.E.,M.Sc.

Pembimbing

ABSTRAK

Dengan perkembangan ekonomi dan perkembangan zaman yang pesat, sehingga struktur perekonomian secara bertahap mengalami perubahan dan bahkan belakangan ini perubahan tersebut tampak semakin cepat. Begitu pula dengan perkembangan usaha retail atau eceran yang ada di Indonesia sekarang ini meningkat begitu pesat. Minimarket Astaka adalah salah satu usaha retail yang ada di Indonesia khususnya di Batam, tentunya harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen nya dengan memperhatikan harga, promosi, dan pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara signifikan sejauh mana harga, promosi, dan pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen untuk belanja pada minimarket Astaka di Kota Batam. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen minimarket Astaka yang jumlahnya belum diketahui secara pasti. Dimana sampel berjumlah 101 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak. Metode yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan analisis deskriptif, uji kualitas data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), uji pengaruh (regresi linier berganda dan analisis determinasi), serta pengujian hipotesis (uji t dan uji F). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software* program SPSS versi 23. Hasil dari penelitian ini adalah harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi memiliki efek positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pelayanan memiliki efek positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga, Promosi dan Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Promosi, Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

With the rapid economic development and development, so that the structure of the economy gradually undergoes changes and even recently these changes appear to be getting faster. Likewise with the development of existing retail or retail businesses in Indonesia, so rapidly The sampling technique used in this study is a simple random sampling method, which is random sampling.increasing. Astimarket Astaka is one retail business that there are in Indonesia, especially in Batam, of course, should pay more attention to the factors that influence consumer purchasing decisions by paying attention to prices, promotions, and services provided to consumers. The purpose of this study is to know significantly the extent to which prices, promotions, and services affect consumer decisions for shopping at the Astaka minimarket in Batam City. Populations in this study are consumers of Astaka minimarket whose numbers are not yet known. Where the sample amounted to 101 respondents. The method used by distributing questionnaires using descriptive analysis, test data quality (validity and reliability test), classic assumption test (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), influence test (multiple linear regression and analysis of determination), and hypothesis testing (t test and F test). Data analysis in this study uses SPSS version 23. software program The results of this study are that prices have a positive and significant influence on purchasing decisions. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions. Services have a positive and significant effect on purchasing decisions. Price, Promotion and Service simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Price, Promotion, Service, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Strata satu (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putera Batam dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja Pada Minimarket Astaka di kota Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Karena itu segala bentuk kritik dan saran akan senantiasa diterima dengan lapang hati oleh penulis. Segala keterbatasan penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. Rektor Universitas Putera Batam.
 2. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Ketua Program Studi Manajemen.
 3. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. Selaku dosen pembimbing skripsi penulis di Universitas Putera Batam.
 4. Segenap Bapak dan Ibu Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan arahan dan bekal ilmu pengetahuan sebagai modal penulis dalam penulisan skripsi ini.
 5. Ayah tercinta dan Almarhum Ibu serta Saudara yang sangat penulis kasihi yang telah memberikan banyak dukungan, baik dukungan materi maupun doa-doa tulus yang senantiasa menyertai selama penulisan skripsi ini.
 6. Sahabat-sahabat tercinta yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
 7. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
- Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan, kemurahan hati dan berkat yang melimpah, serta kemudahan dalam segala hal.Amin.

Batam, 15 Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Perumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Konsep Dasar	10
2.1.1 Harga	10
2.1.2 Promosi.....	15
2.1.3 Pelayanan	17
2.1.4 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	25
BAB III METODELOGI PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2Sampel	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5 Metode Analisis Data	32
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	33
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	34
3.5.3 Uji Asumsi Klasik Regresi.....	36
3.5.4 Uji Pengaruh	38
3.5.5 Rancangan Uji Hipotesis	39
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	42
3.6.1 Lokasi Penelitian	42
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Profil Responden	43
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	45
4.2 Analisis Deskriptif.....	46
4.2.1 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Harga.....	46
4.2.2 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Promosi	47
4.2.3 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Pelayanan	48
4.2.4 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	49
4.3 Hasil Uji Kualitas Data.....	50
4.3.1 Hasil Uji Kualitas Data.....	50
4.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.4 Uji Asumsi Klasik Regresi	52
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas	54
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	55
4.5 Hasil Uji Pengaruh	56
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	56
4.5.2 Analisis Determinasi	58
4.6 Hasil Uji Hipotesis	59
4.6.1 Hasil Uji T	59
4.6.2 Hasil Uji F.....	60
4.7 Pembahasan	61
4.7.1 Harga berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.7.2 Promosi berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.7.3 Pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.7.4 Harga, Promosi dan Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
 BAB V KESIMPULAN.....	 64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
DAFTAR LAMPIRAN:	
Lampiran I Pendukung Penelitian	
Lampiran II Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran III Surat Izin Penelitian	
Lampiran IV r_{tabel}, t_{tabel}, f_{tabel}	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Harga Produk Minimarket Astaka Dengan HargaProduk Indomaret	4
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Indikator Harga.....	28
Tabel 3. 2 Indikator Promosi	29
Tabel 3. 3 Indikator Pelayanan	29
Tabel 3. 4 Keputusan Pembelian	30
Tabel 3. 5 Skala Likert	32
Tabel 3. 6 Tabel Rentang Skala	34
Tabel 3. 7 Jadwal Peneliti.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Grafik Histogram Normalitas	53
Gambar 4. 2 PP Plot Normalitas	53

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rentang Skala	33
Rumus 3. 2 Pearson Product Moment.....	35
Rumus 3. 3 Uji Reliabilitas Metode Conbarch Alpha	35
Rumus 3. 4 Rumus análisis determinasi	39
Rumus 3. 5 Uji t.....	40
Rumus 3. 6 Uji F.....	41
Y' = a + b₁X₁ + b₂X₂ + b₃X₃ + e Rumus 4. 1 Rumus Regresi Linear Berganda.....	57