

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
ASSALAAM HYPERMARKET**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta



Disusun oleh :
ALFIANSYAH HADI
NIM. 2022082001

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

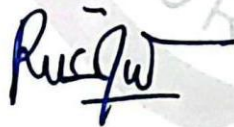
ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ASSALAAM HYPERMARKET

Disusun oleh:

ALFIANSYAH HADI
NIM. 2022082001

Tugas Akhir ini telah diterima untuk disusun
dan ditindaklanjuti
pada Selasa, 30 Januari 2024

Pembimbing I



Rusnandari Retno Cahyani, SE., M.Si
NIDN. 0601058202

Pembimbing II



Annisa Indah Mutiasari, SE., MM
NIDN. 0628078505

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis



Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB
NIDN. 0615079101

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ASSALAAM HYPERMARKET

Disusun Oleh :

ALFIANSYAH HADI

2022082001

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Administrasi Bisnis

Universitas Sahid Surakarta

Pada Selasa, 30 Januari 2024

Dewan Penguji

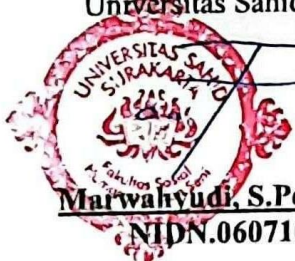
1. Rusnandari Retno Cahyani, SE., M.Si
NIDN. 0601058202

2. Annisa Indah Mutiasari, SE., MM
NIDN. 0628078505

3. Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB
NIDN. 0615079101

(Rusnandari Retno Cahyani, SE., M.Si)
(Annisa Indah Mutiasari, SE., MM)
(Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB)

Dekan Fakultas Sosial Humaniora dan Seni
Universitas Sahid Surakarta


Marwahyudi, S.Pd., MT,IPP
NIDN.0607107103

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta


Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB
NIDN.0615079101

SURAT PERNYATAAN ORISINAL KARYA ILMIAH

Saya Mahasiswa Program Administrasi Bisnis Fakultas Sosial, Homaniora
Seni Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfiansyah Hadi

NIM : 2022082002

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi:

ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ASSALAAM
HYPERMARKET adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila
dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau
meniru tulisan/karya orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya
bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang telah berlaku di Universitas Sahid
Surakarta termasuk pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh. Demikian surat
pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari
terbukti melakukan kebohongan maka saya akan menanggung segala
konsekuensinya.

Surakarta, Februari 2024

Yang Menyatakan



Alfiansyah Hadi

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Saya mahasiswa akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfiansyah Hadi

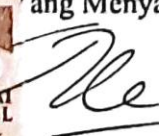
NIM : 2022082001

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti noneksklusif (*non-exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ASSALAAM HYPERMARKET. Beserta Instrumen/desain/perangkat (jika ada). Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan yang menyalin atau meniru tulisan/karya ilmiah orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Sahid Surakarta termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan yang saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, Februari 2024

Yang Menyatakan

Alfiansyah Hadi



MOTTO

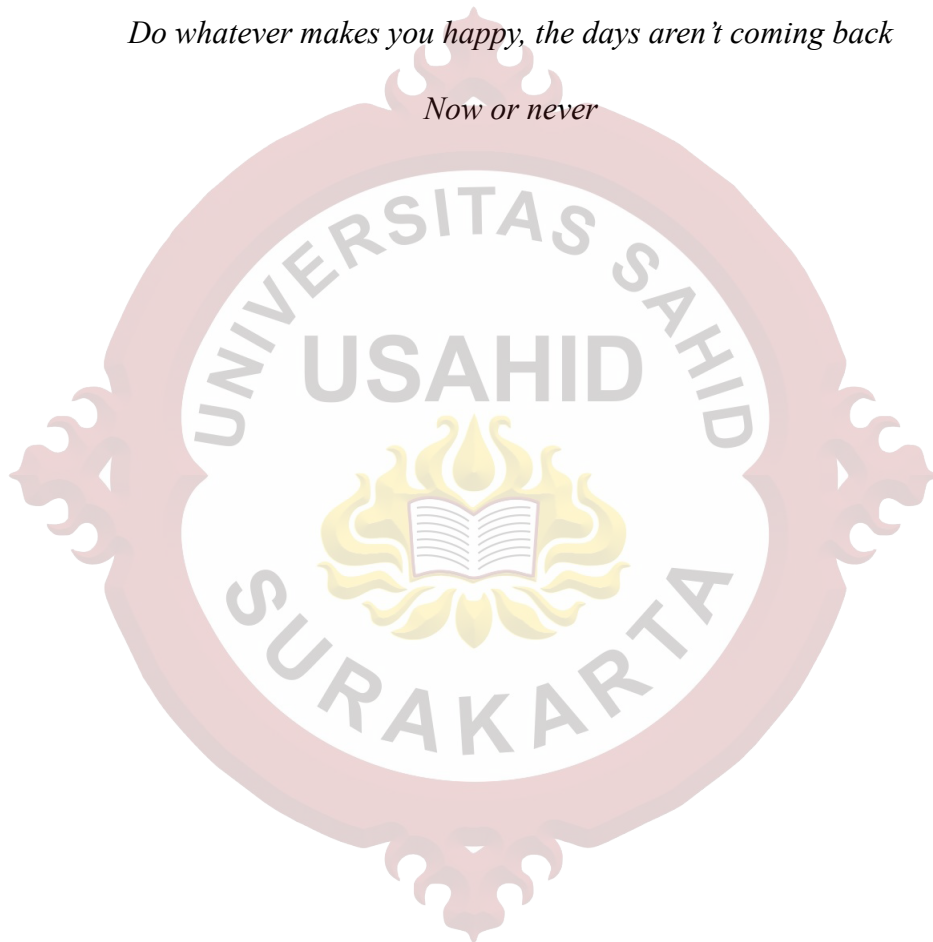
Thankful

Grateful

Blessed

Do whatever makes you happy, the days aren't coming back

Now or never



PERSEMBAHAN

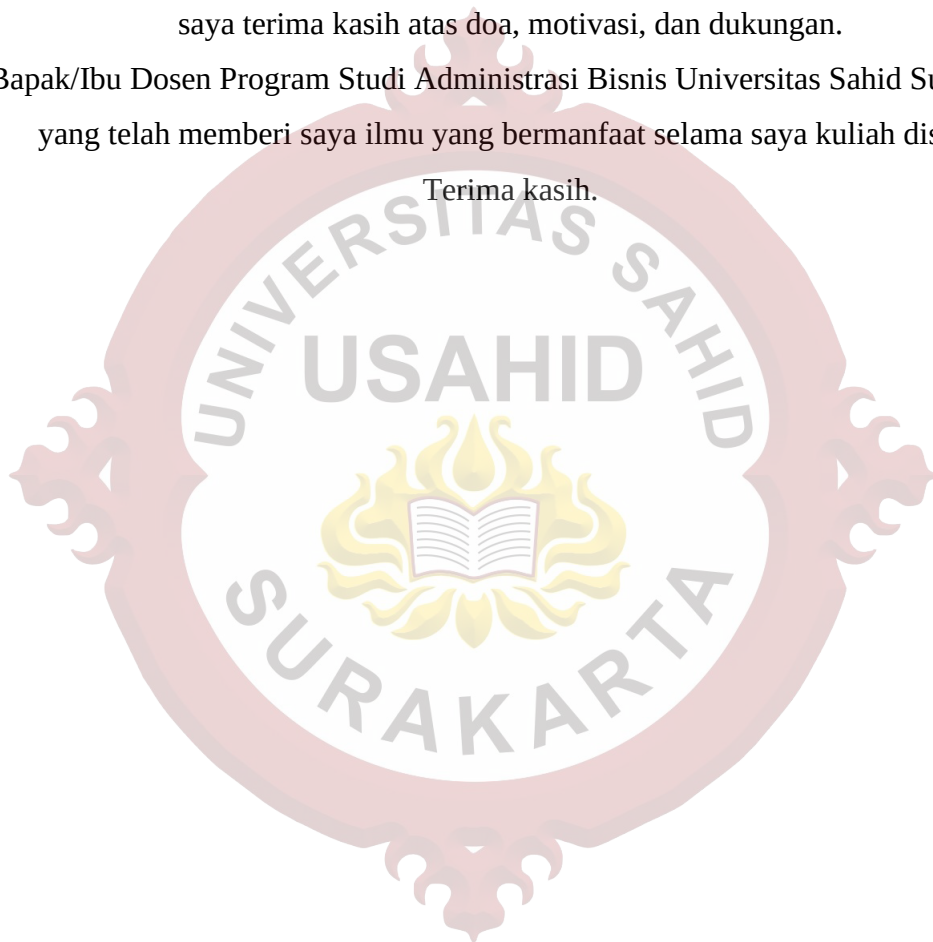
Segala puji kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kerunia-nya, yang telah memberikan kesehatan dan kelancaran dalam menyusun skripsi ini, penelitian ini

saya persembahkan kepada:

Pertama saya persembahkan untuk orang tua saya serta seluruh keluarga besar
saya terima kasih atas doa, motivasi, dan dukungan.

Bapak/Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta
yang telah memberi saya ilmu yang bermanfaat selama saya kuliah disini.

Terima kasih.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmatnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ASSALAAM HYPERMARKET” tepat waktu tanpa ada halangan yang berarti dan sesuai dengan harapan. Tujuan dari penyusunan penelitian ini untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan, selain itu juga untuk menambah wawasan mengenai analisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian di Assalaam Hypermarket.

Peneliti menyadari bahwa aktivitas ini dapat berjalan dengan baik dikarenakan adanya dukungan dari banyak pihak terkait, untuk itu peneliti merasa berkewajiban menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Ibu Sri Huning Anwariningsih, S.T., M.Kom. selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Ibu Destina Paningrum, SE., MM. selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Prasarana Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni, dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
4. Bapak Marwahyudi, S.Pd., M.T. selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.

5. Ibu Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta
6. Ibu Rusnandari Retno Cahyani, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan terhadap pelaksanaan dan penyusunan proposal skripsi.
7. Ibu Annisa Indah Mutiasari, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan terhadap pelaksanaan dan penyusunan proposal skripsi.
8. Kedua orang tua yang telah memberikan banyak doa, semangat, dan dukungan serta kasih sayang yang luar biasa.
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta.
10. Bapak Andre selaku HRD Assalaam Hypermarket yang telah membantu dan memberikan izin untuk melakukan penelitian di Assalaam hypermarket.
11. Bapak/Ibu Staff Assalaam Hypermarket yang sudah membantu dalam penelitian di Assalaam hypermarket.
12. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, dimana tidak dapat peneliti sebut satu per satu.

Peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Harapan peneliti semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi peneliti sendiri maupun pihak lain yang membutuhkan.

Surakarta, 29 Januari 2024

Peneliti

Alfiansyah Hadi



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINAL KARYA ILMIAH	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penulisan	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Promosi.....	16
2.3 Media Promosi	17
2.3.1 Indikator Promosi	18
2.4 Kualitas Pelayanan	19

2.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	20
2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan Ritel	21
2.5 Harga	22
2.5.1 Penetapan Harga	23
2.5.2 Indikator Harga	24
2.6 Keputusan Pembelian	25
2.6.1 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	26
2.6.2 Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian.....	27
2.7 Kerangka Pemikiran	30
2.8 Rumusan Hipotesis.....	31
2.8.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Assalaam Hypermarket	31
2.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Assalaam Hypermarket.....	32
2.8.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Assalaam Hypermarket ...	33
2.8.4 Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga terhadap Keputusan Pembelian di Assalaam Hypermarket.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	35
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.4 Variabel Penelitian.....	36
3.5 Skala Pengukuran	36
3.6 Definisi Operasional.....	37
3.7 Populasi dan Sampel	40
3.7.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	41

3.7.2 Sumber Data	42
3.7.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.8 Teknik Pengujian Instrumen	42
3.8.1 Uji Validitas	42
3.8.2 Uji Reliabilitas	43
3.9 Teknis Analisis Data	43
3.9.1 Analisis Deskriptif	43
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.9.3 Regresi Linier Berganda	45
3.9.4 Uji t	46
3.9.5 Uji F	47
3.9.6 Koefisien Determinasi	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISA DATA	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.1 Sejarah Assalaam Hypermarket	48
4.1.2 Visi dan Misi Assalaam Hypermarket	49
4.1.3 Struktur Organisasi	50
4.2 Karakteristik Responden	51
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	51
4.2.2 Usia Responden	52
4.2.3 Pekerjaan Responden	52
4.2.4 Penghasilan Responden	53
4.2.5 Sumber Informasi Responden	54
4.2.6 Frekuensi Berbelanja Responden	55
4.3 Hasil Pengujian Instrumen	55

4.3.1 Uji Validitas	55
4.3.2 Uji Reliabilitas	58
4.4 Pengujian Asumsi Klasik.....	58
4.4.1 Uji Normalitas.....	58
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	59
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	60
4.5 Pengujian Hipotesis	61
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.5.2 Uji t.....	64
4.5.3 Uji F.....	67
4.5.4 Koefisien Determinasi	68
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN I KUESIONER.....	80
LAMPIRAN II TABULASI DATA PENELITIAN	86
LAMPIRAN III HASIL PENGUJIAN.....	89
DOKUMENTASI	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Contoh harga barang di beberapa swalayan yang ada di Solo bulan November tahun 2023	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Skala Likert	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4.2 Data Usia Responden	52
Tabel 4.3 Data Pekerjaan Responden.....	52
Tabel 4.4 Data Penghasilan Responden	53
Tabel 4.5 Data Sumber Informasi Responden.....	54
Tabel 4.6 Data Frekuensi Berbelanja Responden	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_1).....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_3).....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i>	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis Uji t.....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji F	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Katalog Promosi dan <i>Event</i> Assalaam Hypermarket.....	18
Gambar 2.2 Konsep Pemikiran	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Assalaam Hypermarket	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61



ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ASSALAAM HYPERMARKET

Alfiansyah Hadi 2022082001

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni
Universitas Sahid Surakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian di Assalaam hypermarket. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Assalaam hypermarket, sampel yang diambil sebanyak 150 responden secara *convenience sampling*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non random sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil perhitungan diperoleh dari nilai $F_{hitung} 20,695 > F_{tabel} 2,67$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Diantara ketiga variabel tersebut, kualitas pelayanan memiliki pengaruh lebih dominan terhadap keputusan pembelian, diketahui bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,280 dengan parameter positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan maka berdampak terhadap peningkatan pembelian sebesar 0,280 dan jika terjadi penurunan terhadap kualitas pelayanan maka akan menurun juga tingkat pembelian sebesar 0,280. Kemudian untuk hasil perhitungan nilai *R Square* sebesar 0,298 dan nilai *adjusted R square* sebesar 0,284.

Kata Kunci :Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE ANALYSIS OF PROMOTIONS, SERVICE QUALITY, AND PRICES ON PURCHASING DECISIONS AT ASSALAAM HYPERMARKET

Alfiansyah Hadi 2022082001
Business Administration department,
Faculty of Social, Humanities and Arts
Sahid Surakarta University

This research aims to determine the influence of promotions, service quality, and price on purchasing decisions at the Assalaam hypermarket. This research belongs to descriptive research with a quantitative approach. The population was consumers who shop at the Assalaam hypermarket, with a sample of 150 respondents by convenience sampling. The sampling technique used a non-random sampling technique.

The results show that promotion, service quality, and price significantly affect purchasing decisions. The calculation shows a F_{count} value of 20.695 > F_{table} 2.67 and a significant value of $0.000 < 0.05$. Among these three variables, service quality has a more dominant influence on purchasing decisions. The regression coefficient value for the service quality variable is 0.280, with positive parameters indicating that every increase in service quality impacts increasing purchases by 0.280. If there is a decrease in service quality, the level of purchases will also decrease by 0.280. The calculation of the R Square value is 0.298 and the adjusted R square value is 0.284.

Keywords: Promotion, Service Quality, Price, Purchasing Decisions

