

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi kasus pada pembeli sepeda motor Honda di PT Tunas Dwipa Matra

Pangkalan Balai)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Studi Strata Satu

(S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

NOPAN DWI SETIAWAN

13151059



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG**

2017

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi kasus pada pembeli sepeda motor Honda di PT Tunas Dwipa Matra
Pangkalan Balai)

NOPAN DWI SETIAWAN

13151059

SKRIPSI

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen

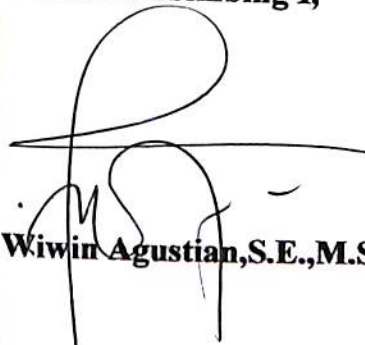
Disetujui,

Palembang, Juni 2017

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

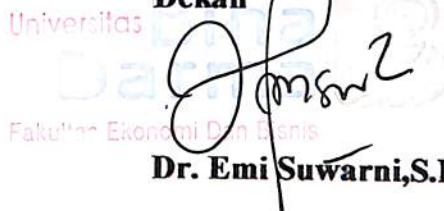
Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I,



Wiwin Agustian, S.E., M.Si

Dekan



Universitas
Darmas
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Emi Suwarni, S.E., M.Si

Dosen Pembimbing II,



Efan Elpanso, S.E., MM.

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI ini berjudul "PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN" (Studi Kasus : Pada Pembeli Motor Honda Di PT Tunas Dwipa Matra Pangkalan Balai) telah dipertahankan didepan komisi penguji pada tanggal 15 Juni 2017 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Komisi penguji

- | | | |
|---------------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Wiwin Agustian,SE,.M.si. | ketua | (.....) |
| 2. Efan Elpanso,SE,.M.M. | sekretaris | (.....) |
| 3. M. Amirudin Syarif, S.Si.,M.M. | anggota penguji 1 | (.....) |
| 4. Rabin Ibnu Zainal, S.E.,M.Sc.Ph.d. | anggota penguji 2 | (.....) |

Palembang, juni 2017

Program studi manajmen

Fakultas ekonomi dan bisnis

Universitas BinaDarma,Ketua

program studi manajemen

Universitas

Fakultas Ekonomi

(Heriyanto, SE.M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nopan Dwi Setiawan

Nim : 13151059

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (tugas akhir/skripsi/tesis) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (ahli madya/sarjana/magister) di Universitas Bina Darma atau perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan tim pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang alain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan kedalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia tugas akhir/skripsi/tesis, yang saya hasilkan dicek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggah keinternet, sehingga dapat diakses public secara dering.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang,

Yang membuat pernyataan,



Nim : 13151059

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**Dua jenis manusia yang tak akan merasa kenyang selama-selamanya:
pencari ilmu dan harta. Ilmu itu lebih baik daripada harta, ilmu menjaga
engkau dan engkau menjaga harta, ilmu itu penghukum (hakim) dan harta
terhukum. Harta itu akan berkurang jika dibelanjakan tetapi ilmu akan
bertambah jika diamalkan.**

(Imam Ali Bin Abi Thalib r.a)

Ku persembahkan kepada :

- ❖ Ayah, Ibu dan adikku Tercinta**
- ❖ Keluarga Besarku**
- ❖ Sahabat-Sahabatku**
- ❖ Almamaterku**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Motor Honda Di PT Tunas Dwipa Matra Pangkalan Balai). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda, yang menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel promosi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) maka nilai keputusan pembelian 1.410, koefisien regresi sebesar 0.272 dan 0.185 menyatakan bahwa setiap penambahan satu skor variabel promosi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) akan memberikan peningkatan skor sebesar 0.272 dan 0.185 untuk keputusan pembelian (Y). Analisis ini membuktikan bahwa variabel promosi dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian yang dapat dilihat dari T hitung masing-masing variabel X, yakni X1 (promosi) sebesar 2.131 dan X2P (kualitas pelayanan) 1.681. Begitu pula dengan nilai signifikan variabel X1 (promosi) 0.035 dan variabel X2 (kualitas pelayanan) sebesar 0.096, nilai signifikan tersebut masih dibawah 0.05 yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of promotion and quality of service to purchase decisions (Case Study On Buyers Honda Motor At PT Tunas Dwipa Matra Pangkalan Balai). The analytical tool used in this study is multiple linear regression model, which states that if there is no increase in the value of promotional variables (X1) and service quality (X2) to purchase decision (Y) then the value of purchasing decision 1,410, regression coefficient of 0.272 and 0.185 states that each addition of one score of promotion variable (X1) and service quality (X2) will give score increase of 0.272 and 0.185 for purchasing decision (Y). This analysis proves that the variables of promotion and service quality variables significantly influence the purchasing decision variables that can be seen from T arithmetic each variable X, namely X1 (promotion) of 2.131 and X2 (service quality) 1.681. Similarly, the significant value of variable X1 (promotion) 0.035 and variable X2 (quality of service) of 0.096, significant value is still below 0.05 which indicates a significant influence between promotion variables and service quality to the purchase decision variable.

Keywords : Promotion, Service Quality and Purchase Decision.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nopan Dwi Setiawan
Jenis kelamin : Laki-laki
Tempat/tanggallahir : Galang-Tinggi, Banyuasin III/17 November 1995
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
NIM : 13.151.059
Alamat Rumah : jln laskar A.rahman Desa Galang-Tinggi
Alamat E-mail : Nopandwisetiawan@gmail.com
Pendidikan formal
Sekolah Dasar : (2003-2007) SDN 1 Galang- Tinggi
SMP : (2007-2010) SMPN 1 Rantau Bayur
MAN : (2010-2013) MAN Pangkalan Balai
Perguruan Tinggi : (2013-2017) S1 Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis di Universitas Bina Darma
Palembang.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan senantiasa melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis Laporan tugas akhir skripsi yang berjudul “*Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian motor honda di PT Tunas Dwipa Matra Pangkalan Balai*”, dapat diselesaikan sebagai persyaratan untuk menyusun Laporan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma Palembang.

Sejalan dengan penyusunan laporan tugas akhir skripsi ini penulis sudah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak maka penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Bapak **Prof. Ir. H. Bochari Rachman, M.SC.**, selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Ibu **Dr. Emi Suwarni., SE., M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma Palembang.
3. Bapak **Heriyanto, SE.,M.Si.**, selaku ketua program Studi Manajemen Universitas Bina Darma.
4. Bapak **Wiwin Agustian, SE.,M.Si.**, dan Bapak **Efan Elpanso, S.E.,M.M.** selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar memberikan bimbingan dan masukan, juga doa dan semangat sehingga Laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Program Studi Manajemen Fakultas Universitas Bina Darma Palembang.
6. Kepada **Kedua Orang Tuaku Tercinta.**
7. Kepada Perusahaan **Tunas Dwipa Matra** di Pangkalan Balai yang telah memberikan data atau informasi untuk peneliti.
8. Anak-anak fakultas ekonomi manajemen angkatan 2013.
9. Sahabat yang telah bersedia bertukar pendapat memberi saran serta masukan, dan motivasi kepada saya dalam penulisan laporan skripsi ini.

Dalam penulisan Laporan tugas akhir skripsi ini, penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penulisan Laporan tugas akhir skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Laporan tugas akhir skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya dan Laporan tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Palembang , 2017

Penulis

Nopan Dwi Setiawan.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Penguji	iii
Surat Pernyataan.....	iv
Motto Dan Persembahan	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
Daftar Riwayat Hidup	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Pemasaran	9
2.1.3 Perilaku Konsumen	10

2.2	Promosi.....	16
2.2.1	Pengertian Promosi	16
2.2.2	Indikator Promosi.....	16
2.2.3	Media Promosi	18
2.2.4	Alat-alat Promosi	19
2.3	Kualitas Pelayanan.....	20
2.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2.3.2	Karakteristik Kualitas Pelayanan	21
2.3.3	Indikator Kualitas Pelayanan	24
2.4	Keputusan Pembelian	26
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	26
2.4.2	Proses Keputusan Pembelian	26
2.4.3	Indikator Keputusan Pembelian	28
2.5	Penelitian Terdahulu	29
2.6	Kerangka Pikir	30
2.7	Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODELOGI PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian.....	33
3.2	Operasional Variabel	33
3.3	Populasi Dan Sampel.....	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel.....	37
3.4	Sumber Data	38
3.4.1	Metode Pengumpulan Data	38
3.5	Teknik Pengolahan Data.....	39

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.6.1 Uji Validitas	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	41
3.7 Teknik Analisis Data	42
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.7.2 Analisis Koefesien Kolerasi.....	43
3.7.3 Analisis Koefesien Determinasi (R^2)	43
3.8 Signifikasi.....	44
3.8.1 Uji t	44
3.8.2 Uji f	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum.....	46
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	46
4.1.2 Visi Dan Misi PT Tunas Dwipa Matra	46
4.1.3 Struktur Organisasi Tunas Dwipa Matra	48
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 karakteristik responden (jenis kelamin).....	51
4.2.2 karakteristik responden (pendapatan)	53
4.2.3 karakteristik responden (pendidikan terakhir)	55
4.2.4 karakteristik responden (pekerjaan).....	56
4.2.5 karakteristik responden (usia).....	58
4.2.6 karakteristik responden (jangka waktu pemakaian).....	59
4.3 Hasil Tabulasi.....	61
4.3.1 Hasil Tabulasi X1 (promosi)	61
4.3.2 Hasil Tabulasi X2 (kualitas pelayanan)	64

4.3.3 Hasil Tabulasi Y (keputusan pembelian	67
4.4 Hasil Analisi Data	69
4.4.1 Uji Validasi dan Reliabilitas	69
4.5 Teknik Analisis Data.....	74
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.5.2 Analisis Koefisien Korelasi	75
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	76
4.6 Uji Hipotesis	77
4.6.1 Uji F (Simultan).....	77
4.6.2 Uji T (Parsial)	77
4.7 Pembahasan.....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi X1, X2 Dan Y
3. Output Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.
4. Regresi, korelasi, determinasi, uji f dan uji t.
5. Lembar konsultasi skripsi.
6. Surat Balasan Penelitian Dari Perusahaan.
7. Lembar Acc Perbaikan Skripsi.
8. Bebas Pustaka.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Honda Motor PT Tunas Dwipa Matra	4
Tabel 2.1 Karakteristik Jasa	22
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Tingkat Interpensi Koefesien Korelasi	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Pendapatan	53
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir.....	55
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	56
Tabel 4.5 Usia	58
Tabel 4.6 Jangka Waktu Penggunaan Motor Honda.....	59
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Promosi	61
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Validasi Promosi	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Validasi Kualitasi Pelayanan.....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Validasi Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
Tabel 4.17 Analisis Koefesien Korelasi.....	75

Tabel 4.18 Analisis Koefesien Determinasi (R^2)	76
Tabel 4.19 Uji F	77
Tabel 4.20 Uji T	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	27
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Tunas Dwipa Matra.....	48
Gambar 4.2 Jenis Kelamin	52
Gambar 4.3 Pendapatan	54
Gambar 4.4 Pendidikan Terakhir	55
Gambar 4.5 Pekerjaan	57
Gambar 4.6 Usia.....	58
Gambar 4.7 Jangka Waktu Penggunaan Motor Honda.....	60