

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN INDOMARET SENTRA MEDIKA DEPOK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

AVISTA WENDI TAHTIAR

203402516342



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN INDOMARET SENTRA MEDIKA DEPOK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

AVISTA WENDI TAHTIAR

203402516342



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

PENGARUH PERSEPI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN INDOMARET SENTRA MEDIKA DEPOK

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Depok, Februari 2024



A 342EAKX278175516 T

NPM : 203402516342

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN


Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN INDOMARET SENTRA
MEDIKA DEPOK**

Nama Mahasiswa : **AVISTA WENDI TAHTIAR**

Nomor Pokok Mahasiswa : **203402516342**


Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Rahayu Lestari, S.E.,M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen


(Nesti Hardini, S.E.,M.Si)



Jakarta, 24 Februari 2024

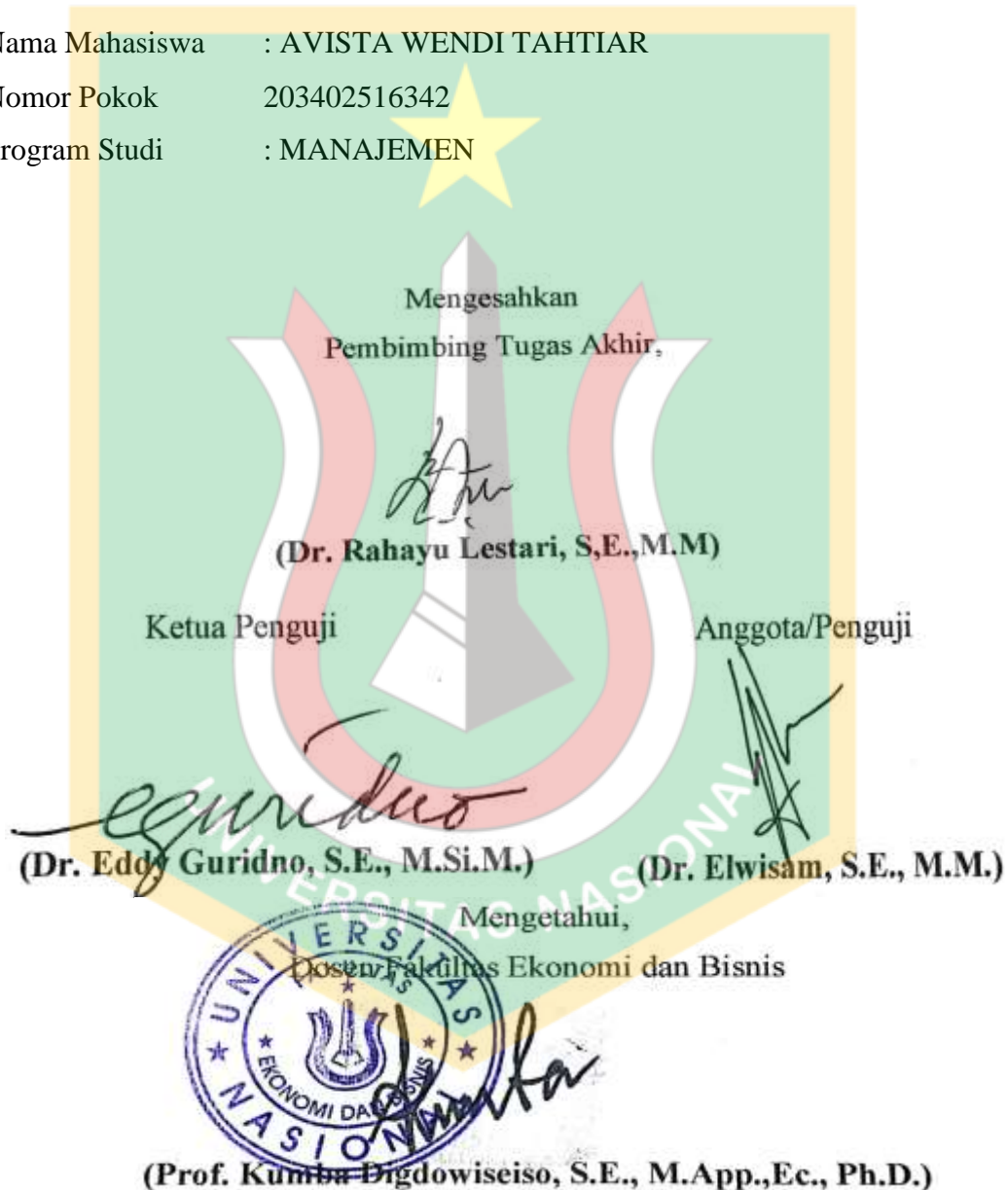
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KONSUMEN INDOMARET
SENTRA MEDIKA DEPOK

Nama Mahasiswa : AVISTA WENDI TAHTIAR

Nomor Pokok : 203402516342

Program Studi : MANAJEMEN



Jakarta, 24 Februari 2024

Tanggal lulus, 24 Februari 2024

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN INDOMARET SENTRA MEDIKA DEPOK

Oleh :

Avista Wendi Tahtiar

NPM : 203402516342

Tugas akhir dibawah bimbingan Ibu DR. Rahayu Lestari,S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Indomaret Sentra medika Depok. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Indomaret Sentra medika Depok. Adapun sampel diambil dalam penelitian ini dengan teknik purposive sampling dan data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang berjumlah 100 responden. Data yang digunakan berupa data primer dengan menyebarkan kuesioner dengan uji model regresi linear berganda yang diolah menggunakan spss 25. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa pada variabel Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Indomaret Sentra medika Depok

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PROMOTION, AND SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS IN INDOMARET SENTRA MEDIKA DEPOK CONSUMERS

By :

Avista Wendi Tahtiar

NPM : 203402516342

This thesis under the guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E.,M.M

Broadly speaking, this study aims to analyze the influence of price perception, promotion, and service quality on purchasing decisions in Indomaret Sentra medika Depok consumers. The population in this study is consumers who have made purchases at Indomaret Sentra Medika Depok. The samples were taken in this study by purposive sampling technique and data were collected using questionnaires totaling 100 respondents. The data used was in the form of primary data by distributing questionnaires with multiple linear regression model tests processed using spss 25. The results of this study revealed that the variables Price Perception and Service Quality affect the Purchase Decision, while the promotion variable does not affect the Purchase Decision.

Keyword : *The influnce of price perception, Promotion, and Service Quality on Purchasing Decisions in Indomaret Sentra medika Depok Consumers*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI



Nama : Avista Wendi Tahtiar
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 19 September 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Gg. Masjid Al-Islah Cisalak Depok
Rt.05/Rw06 No. 30A
Telepon/HP : 085710433165
Email : avistawendi6@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2008-2014 : SDN Cisalak 03 Depok
2014-2017 : SMP Fatahillah Depok
2017-2020 : SMK PGRI 20 Jakarta
2020-2024 : Universitas Nasional

Jakarta, 24 Februari 2024

Avista Wendi Tahtiar

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN INDOMARET SENTRA MEDIKA DEPOK”. Tujuan penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu kewajiban untuk menggapai riset Studi Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Dalam pembuatan skripsi ini penulis pastinya banyak menghadapi peristiwa baik yang bersifat teknis ataupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, motivasi, serta dorongan dari berbagai pihak maka kejadian tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kali ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, serta rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resty Hardini S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu dan menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, motivasi, dan memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kepada Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengabdikan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

7. Diri saya sendiri yang mampu kuat sampai titik ini, mampu berjuang di setiap keadaan, mau bangkit disetiap kegagalan, mampu bertahan menjalankan suka dan dukanya kehidupan ini.
8. Kepada Alm. Bapak (Winarso), banyak hal yang menyakitkan saya lalui, tanpa sosok bapak babak belur dihajar kenyataan yang terkadang tidak sejalan. Rasa iri dan rindu yang seringkali membuat saya terjatuh tertampar realita. Tapi itu semua tidak mengurangi rasa bangga dan terima kasih atas kehidupan yang bapak berikan. Maka, tulisan ini penulis persembahkan untuk malaikat pelindung di surga.
9. Kepada Mamah (Sri Asih), beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan, tapi semangat, motivasi, serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
10. Kepada Kakak (Dian Windiarsih) yang selalu memberikan support, dukungan, dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Kepada Kepala Tokoh Indomaret Sentra medika Depok dan seluruh karyawan yang telah berkontribusi atas berjalannya skripsi ini dengan baik.
12. Kepada Guru Ngaji saya Ust. (Muhammad Subairi) dan Ust. (Musthofa Kamal) yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada teman-teman rekan bimbingan Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. yang telah support satu sama lain dan memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada teman-teman yang ada di grup (yuk putus asa) terutama (Muhammad Reihan, Aditya Firmansyah, Tokhid Hidayah, Ananda Febri, Siva Anisa dan Lutfhiah syayidina) yang telah bersama penulis sejak semester satu dan tiga yang dalam masa kuliah ini telah memberikan dukungan dan motivasi satu sama lain sampai terselesaikan skripsi ini.
15. Kepada sahabat SMP saya (Khoirul Huda, Muhammad Hilmi, Kevin Febrillian, Muhammad Raul, dan Rifqi Taufiqurahman) yang selalu

memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

16. Kepada teman-teman Manajemen angkatan 2020 yang telah berbagi ilmu pengetahuan, pengalaman, serta cerita selama masa perkuliahan yang memiliki kesan untuk penulis

17. Serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis meminta maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga kebaikan serta dukungan mereka kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua kalangan yang membacanya.

Terimakasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabbarokatuh.

Jakarta, 24 Februari 2024

Avista Wendi Tahtiar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
<i>ABSTRAK</i>	
<i>ABSTRACT</i>	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Manajemen Pemasaran	6
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2. Fungsi Manajemen Pemasaran	6
3. Tujuan Manajemen Pemasaran	7
B. Keputusan Pembelian	8
1. Pengertian Keputusan Pembelian	8
2. Indikator Keputusan Pembelian	8
3. Faktor Keputusan Pembelian	9
C. Persepsi Harga	10
1. Pengertian Harga	10
2. Pengertian Persepsi Harga	10
3. Definisi Persepsi Harga	11
4. Indikator Persepsi Harga	11

5.	Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga	12
D.	Promosi.....	12
1.	Pengertian Promosi	12
2.	Definisi Promosi.....	13
3.	Indikator Promosi	13
4.	Faktor Promosi	14
E.	Kualitas Pelayanan	15
1.	Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.	Indikator Kualitas Pelayanan.....	15
3.	Faktor kualitas pelayanan.....	16
F.	Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	17
1.	Pengaruh Persepsi Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 17	
2.	Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	17
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	18
G.	Hasil Penelitian yang sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	18
H.	Kerangka Analisis	24
I.	Hipotesis.....	25
BAB III.....		26
METODE PENELITIAN		26
A.	Objek Penelitian	26
B.	Data Penelitian	26
1.	Sumber Data	26
2.	Jenis Data	26
C.	Populasi dan Sampel	26
D.	Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	27
E.	Defenisi Operasional Variabel	28
F.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	29
1.	Metode Analisis.....	30
2.	Metode Analisis Deskriptif	30
3.	Metode Analisis Inferensial.....	30
4.	Uji Instrumen.....	31
5.	Uji Asumsi Klasik	32
6.	Uji Kelayakan Modal	34
7.	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	34

BAB IV.....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian.....	35
1. Deskripsi Data Penelitian	35
2. Deskripsi Responden.....	35
a. Karakteristik Responden	35
3. Hasil Analisis Deskriptif	39
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	43
B. Pembahasan Penelitian	55
1. Pengaruh Persepsi Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	55
2. Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	56
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	57
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pretest.....	3
Tabel 2.1 Hasil penelitian sesuai dengan hasil rujukan	7
Tabel 3.1 Pengukuran skala likert.....	16
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	16
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	24
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia	24
Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan domisili.....	25
Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	25
Tabel 4.5 Deskripsi hasil kuesioner Persepsi Harga	39
Tabel 4.6 Deskripsi hasil kuesioner Promosi.....	39
Tabel 4.7 Deskripsi hasil kuesioner kualitas pelayanan.....	40
Tabel 4.8 Deskripsi hasil kuesioner keputusan pembelian	41
Tabel 4.9 Hasil Uji validitas persepsi harga.....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji validitas promosi	43
Tabel 4.11 Hasil Uji validitas kualitas pelayanan.....	43
Tabel 4.12 Hasil Uji validitas keputusan pembelian.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.14 Hasil Uji normalitas	45
Tabel 4.15 Hasil Uji multikolinearitas	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedasitas.....	47
Tabel 4.17 Hasil Uji autokoralasi.....	48
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis regresi linear berganda	49
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.20 Hasil uji koefisien determinasi.....	51
Tabel 4.21 Hasil Uji t.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	24
Gambar 4. 1 Kriteria Usia	36
Gambar 4. 2 Karakteristik Umur.....	37
Gambar 4. 3 Karakteristik Domisili	38
Gambar 4. 4 Karakteristik Pekerjaan	39

