

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN *ICE CREAM MIXUE* DI POLTANGAN
JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

MUHAMMAD ILHAM DZAKWAN

203402516022



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

**JAKARTA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN *ICE CREAM MIXUE* DI POLTANGAN
JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

MUHAMMADILHAMDZAKWAN

203402516022



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

**JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *ICE CREAM MIXUE* DI POLTANGAN JAKARTA SELATAN

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.

Jakarta, Februari 2024



M. Ilham Dzakwan

203402516022

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ICE CREAM MIXUE DI POLTANGAN JAKARTA SELATAN

Nama Mahasiswa : MUHAMMAD ILHAM DZAKWAN

Nomor Pokok Program Studi : 203402516022
: MANAJEMEN

Menyetujui,
Pembimbing Skripsi,



(Dr.E.Hasanudin, S.E.,M.M.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen,




Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si

Jakarta, Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
ICE CREAM MIXUE DI POLTANGAN
JAKARTA SELATAN
Nama Mahasiswa : MUHAMMAD ILHAM DZAKWAN
Nomor Pokok : 203402516022
Program Studi : MANAJEMEN

Diterima dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
Menyetujui,
Pembimbing Skripsi


(Dr. E. Hasanudin, S.E., M.M)

Ketua Penguji,

Anggota Penguji,


(Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M)


(Dita Nurul Aini Mustika Dewi, S.E., M.M)

Mengetahui,
Dekan,



(Prof. Kambia Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta, 19 Februari 2024

Tanggal Lulus: 1 Maret 2024

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *ICE CREAM MIXUE* DI POLTANGAN JAKARTA SELATAN

Oleh:

Muhammad Ilham Dzakwan

203402516022

Tugas Akhir Dibawah Ini bimbingan Dr.E.Hasanudin, S.E.,M.M.

Tujuan dari penelitian ini merupakan untuk menganalisis variabel independent pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga dan daya Tarik iklan terhadap variable dependent keputusan pembelian. Penelitian ini memakai data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden produk mixue di poltangan Jakarta selatan, data ini diolah memakai *aplikasi product and service solution* (SPSS) versi 25. Metode dalam penelitian ini memakai analisis deskriptif. Data dianalisis memakai Uji Instrument (Uji validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, Autokorelasi), Analisis Regresi Linear Berganda, Analisis kelayakan model (Uji simultan uji f, Koefisien Determinasi R^2 , Uji T Hipotesis).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independent kualitas produk mempengaruhi positif dan signifikan terhadap variabel dependent keputusan pembelian, kualitas pelayanan mempengaruhi positif dan signifikan terhadap variabel dependent keputusan pembelian, persepsi harga mempengaruhi positif dan signifikan terhadap variabel dependent keputusan pembelian, dan daya Tarik iklan mempengaruhi positif dan signifikan terhadap variabel dependent keputusan pembelian. Perihal ini mengartikan bahwa apabila variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga, dan daya Tarik iklan mengalami peningkatan maka akan meningkat tingkatan kepuasan produk mixue.

Kata kunci: Kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga, daya Tarik iklan, keputusan pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, PERCEIVED PRICE, AND ADVERTISING APPEAL ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS FOR MIXUE ICE CREAM IN POLTANGAN SOUTH JAKARTA

By:

Muhammad Ilham Dzakwan

203402516022

Final Project Under the guidance of Dr.E.Hasanudin, S.E., M.M.

The purpose of this study was to analyze the independent variables of the effect of product quality, service quality, price perception and advertising attractiveness on the dependent variable of purchasing decisions. This study uses primary data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents of mixue products in Poltangan, South Jakarta, this data is processed using the product and service solution application (SPSS) version 25. The method in this study uses descriptive analysis. The data was analyzed using Instrument Test (Validity and Reliability Test), Classical Assumption Test (Normality Test, Multicollinearity, Heteroscedasticity, Autocorrelation), Multiple Linear Regression Analysis, Model feasibility analysis (Simultaneous test f test, Coefficient of Determination R^2 , Hypothesis T test).

The results of this study indicate that the independent variable product quality has a positive and significant effect on the dependent variable purchasing decisions, service quality has a positive and significant effect on the dependent variable purchasing decisions, price perceptions have a positive and significant effect on the dependent variable purchasing decisions, and advertising attractiveness has a positive and significant effect on the dependent variable purchasing decisions. This matter means that if the variables of product quality, service quality, price perception, and advertising attractiveness increase, it will increase the level of mixue product satisfaction.

Keywords: Product quality, service quality, price perception, advertising appeal, purchasing decisions

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Muhammad Ilham Dzakwan
Nomor Pokok Mahasiswa : 203402516022
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 24 April 2002
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Swadaya I No.12 Rt.001/Rw.009 Pejaten Timur
Pasar minggu Jakarta Selatan 12150
No Hp : 081316469062
Email : milhamdza357@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2008 : TK AISYAH
2008 – 2014 : SDN 1 ANYAR
2014 – 2017 : SMPN 1 ANYAR
2018 – 2020 : SMAN 1 ANYAR
2020 – 2024 : UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 24 Februari 2024

Muhammad ilham Dzakwan

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Daya tarik iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ice cream Mixue Di Poltangan Jakarta Selatan**". Adapun tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis banyak menerima bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini, terutama kepada yang terhormat:

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. Untuk Ibu Dr. Rahayu Lestari S.E., M.M. Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
5. Bapak Dr. E.Hasanudin, S.E., M.M. selaku pembimbing tugas akhir yang telah mengorbankan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan arahan dan membimbing dalam penulisan tugas akhir serta motivasi penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis
7. Para Dosen dan Staff akademik Fakultas Ekonomi Nasional yang telah. Memberikan bekal ilmu yang bermanfaat
8. Untuk kedua orang tua saya Bapak Suryana dan Ibu Wiwi yang telah membiayai kuliah, Mensupport saya selama masa perkuliahan ini, mendoakan saya hingga saya sampai ditahap ini.
9. Tidak lupa juga saya ucapkan terima kasih untuk Nenek, Saudara-saudara saya yang sudah mendoakan dan mensupport saya saat selama masa perkuliahan ini.
10. Terutama untuk diri sendiri yang telah mampu dan bertahan sampai saat ini dalam menyelesaikan tugas akhir sesuai dengan kemampuan.
11. Untuk teman-teman kuliah yang sudah berjuang bersama-sama dari semester 1 hingga sekarang, yang selalu memberi motivasi dan dukungan yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik dari segi materi, isi maupun Teknik penyajian, mengingat kemampuan penulis miliki masih terbatas. Sehingga kritik dan saran dari semua pihak senantiasa dengan senang hati penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan tugas akhir.

Wasalamualaikum Wr.Wb.

Jakarta, Februari 2024

Muhammad Ilham Dzakwan



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
B. Tujuan Manajemen Pemasaran	10
C. Fungsi Manajemen Pemasaran	10
D. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	11
E. Teori Manajemen Pemasaran Jasa	12
F. Konsep Pemasaran Jasa	12
G. Keputusan Pembelian	13
H. Kualitas Produk	14
I. Kualitas Pelayanan	16
J. Persepsi Harga	17
K. Daya Tarik iklan	17
L. Keterkaitan Antara Variabel	18
M. Hasil penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian.....	20

N. Kerangka Analisis	24
O. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian.....	26
B. Rencana dan Tahap Penelitian	26
C. Data Penelitian.....	27
D. Metode dan Alat Pengumpulan Data	28
E. Definisi Operasional Variable.....	29
1. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	29
2. Metode Analisis	32
3. Pengujian Instrumen.....	34
4. Uji Asumsi Klasik	35
5. Uji Kelayakan Model	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian.....	38
B. Deskripsi Responden	38
1. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	38
2. Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	38
3. Karakteristik responden berdasarkan Frekuensi Pembelian	39
C. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	39
1. Deskripsi Persepsi Variabel	39
2. Uji Validitas	46
3. Uji Reliabilitas	48
4. Uji Asumsi Klasik.....	49
5. Analisis Regresi Linear Berganda	52
6. Uji Kelayakan Model	54
7. Hipotesis.....	56
D. Pembahasan	58
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian.....	59
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	59
4. Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan.....	61

B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	39
Gambar 4. 2	40
Gambar 4 3	41



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan ice cream Mixue Poltangan Jakarta selatan	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Rencana Penelitian	20
Tabel 3. 2 Skala Interval	28
Tabel 3. 3 Definisi Operasional	30
Tabel 4.1. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2. Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3. Karakteristik responden berdasarkan Frekuensi Pembelian	39
Tabel. 4.4. Average total mean Kualitas Produk (X1).....	40
Tabel 4.5. Average Total Mean Kualitas Pelayanan (X2)	41
Tabel 4.6. Average Total Mean Persepsi Harga (X3).....	42
Tabel 4.7. Average Total Mean Daya Tarik Iklan (X4)	43
Tabel 4.8. Average Total Mean Keputusan Pembelian (Y).....	45
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel (X1), (X2), (X3), (X4), dan (Y)	46
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Setiap Variabel.....	48
Tabel 4.11. One-Sampel Kolmogrov-Sminrnov-Test.....	49
Tabel 4.12. Multikoleniaritas	50
Tabel 4.13. Output Uji Glejser	51
Tabel 4.14. Uji Autokorelasi	52
Tabel 4.15. Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.16. Output uji F	55
Tabel 4.17. Output Koefisien Determinasi R ²	56
Tabel 4.18. Uji Hipotesis (Uji T)	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2. Tabel Tabulasi	75
Lampiran 3. Output SPSS 81	
Lampiran 4. Referensi Tabel.....	90

