

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE ICE CREAM DI
JAGAKARSA**

TUGAS AKHIR

Oleh:

Achmad Rizky Aimar

213402516011



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
2025**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE ICE CREAM DI
JAGAKARSA**

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

Oleh:

Achmad Rizky Aimar

213402516011



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

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE ICE CREAM DI JAGAKARSA”

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 di periksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2025



Achmad Rizky Aimar

213402516011

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul :Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream di Jagakarsa.

Nama Mahasiswa : Achmad Rizky Aimar

Nomor Pokok : 213402516011

Program Studi : Manajemen



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

Jakarta, Februari 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream di Jagakarsa

Nama Mahasiswa : Achmad Rizky Aimar

Nomor Pokok : 2134022516011

Program Studi : Manajemen



Jakarta, Januari 2025

Tanggal Lulus: 26 Februari 2025

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,HARGA,DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE ICE CREAM DI JAGAKARSA

Oleh:

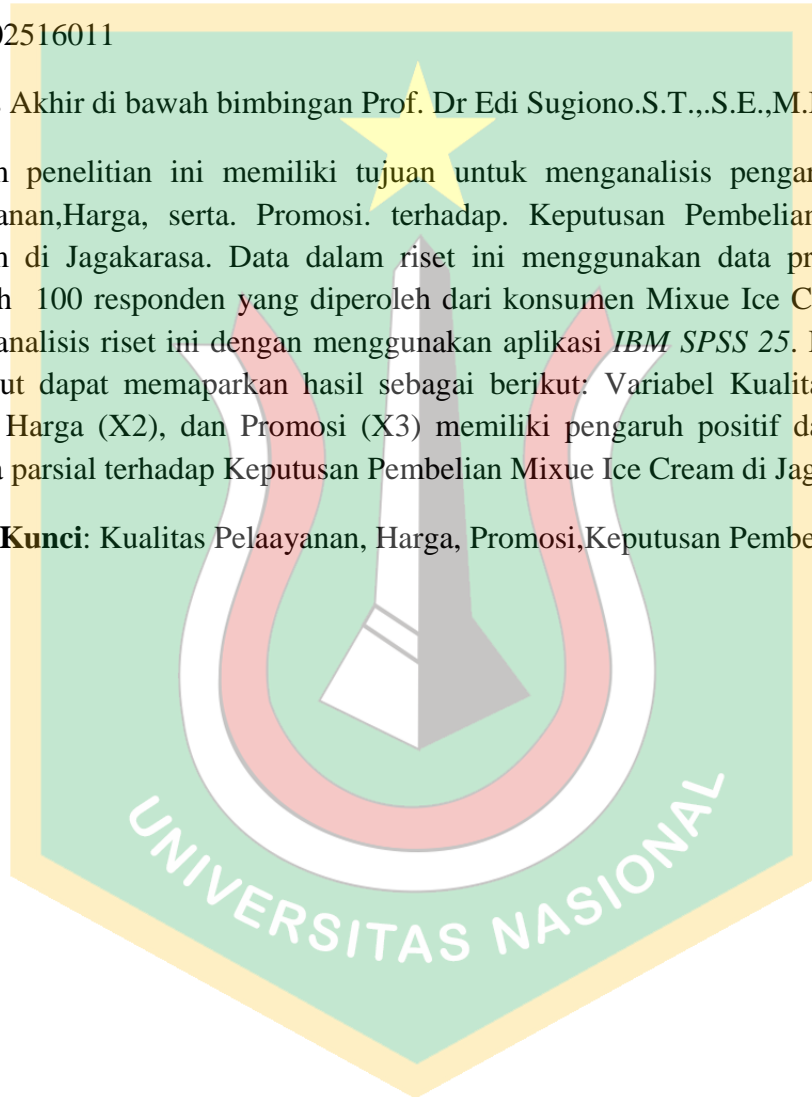
Achmad Rizky Aimar

213402516011

Tugas Akhir di bawah bimbingan Prof. Dr Edi Sugiono.S.T.,.S.E.,M.M

Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas. Pelayanan,Harga, serta. Promosi. terhadap. Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream di Jagakarasa. Data dalam riset ini menggunakan data primer dengan jumlah 100 responden yang diperoleh dari konsumen Mixue Ice Cream. Dalam menganalisis riset ini dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS 25*. Hasil analisis tersebut dapat memaparkan hasil sebagai berikut: Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream di Jagakrasa.

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



ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON THE DECISION TO PURCHASE MIXUE ICE CREAM IN JAGAKARSA

By:

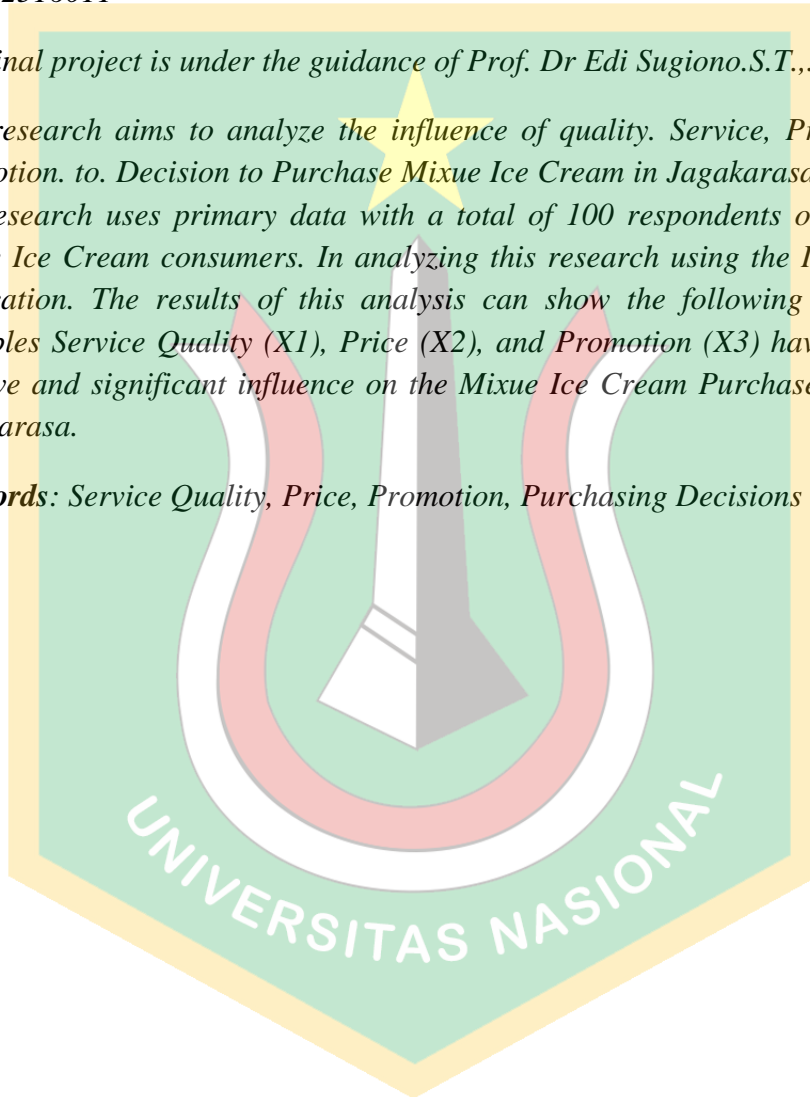
Achmad Rizky Aimar

213402516011

This final project is under the guidance of Prof. Dr Edi Sugiono.S.T.,S.E.,M.M

This research aims to analyze the influence of quality. Service, Price, as well. Promotion. to. Decision to Purchase Mixue Ice Cream in Jagakarasa. The data in this research uses primary data with a total of 100 respondents obtained from Mixue Ice Cream consumers. In analyzing this research using the IBM SPSS 25 application. The results of this analysis can show the following results: The variables Service Quality (X1), Price (X2), and Promotion (X3) have a partially positive and significant influence on the Mixue Ice Cream Purchase Decision in Jagakarasa.

Keywords: *Service Quality, Price, Promotion, Purchasing Decisions*



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan, kesehatan, dan kekuatan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE ICE CREAM DI JAGAKARSA”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional. Penulis menyadari bahwa penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

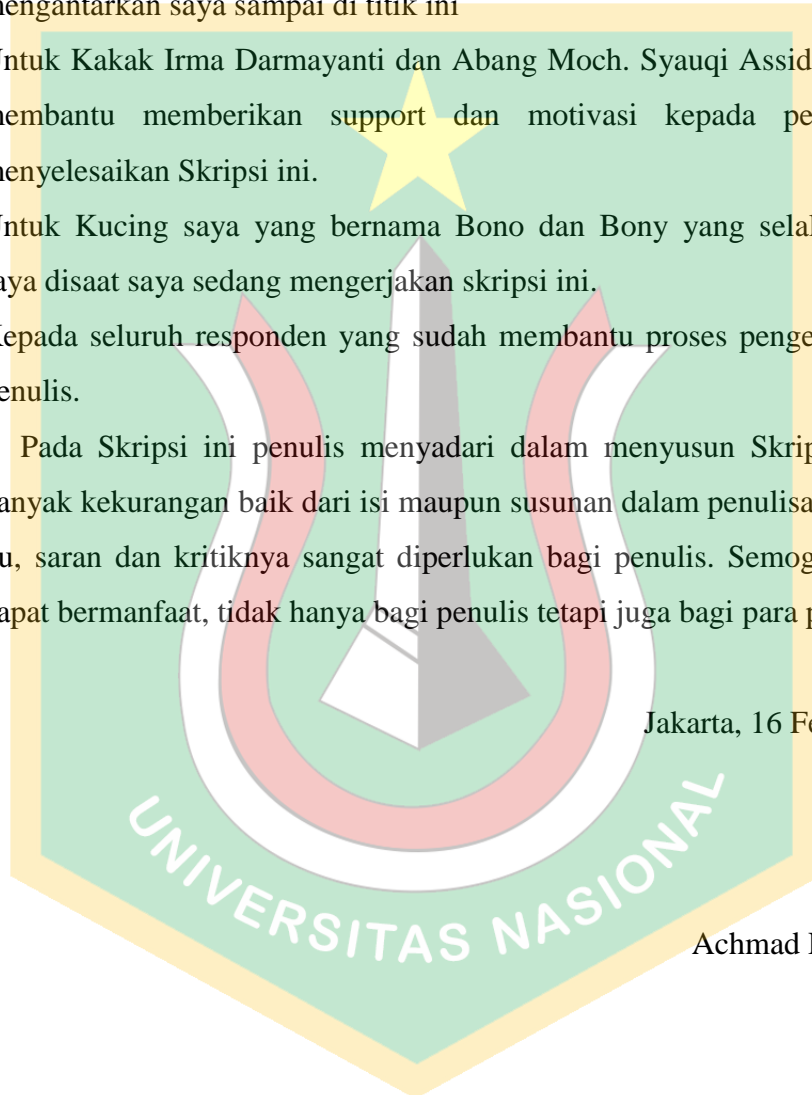
1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof.Dr.Edi Sugiono, S.T., S.E.M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari , S.E., M.M. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Sugito Efendi, S.E.,M.Si. Selaku dosen pembimbing Akademik.
6. Bapak Prof.Dr.Edi Sugiono, S.T., S.E.M.M. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia dalam membantu memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
7. Kepada seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah mengajarkan, memberikan ilmu pengetahuan dan hikmah bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.

8. Kepada seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah membantu melayani mahasiswa dalam mengarahkan melakukan pembuatan judul sampai sidang Skripsi.
9. Untuk kedua orang tua saya Bapak Mardanih dan Ibu Saidah yang selalu mendo'akan dan mendukung dalam mewujudkan keberhasilan anaknya. Terima Kasih banyak Bapak dan ibu atas do'a dan dukungannya yang sudah mengantarkan saya sampai di titik ini
10. Untuk Kakak Irma Darmayanti dan Abang Moch. Syauqi Assidiq yang telah membantu memberikan support dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
11. Untuk Kucing saya yang bernama Bono dan Bony yang selalu menemani saya disaat saya sedang mengerjakan skripsi ini.
12. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan Skripsi penulis.

Pada Skripsi ini penulis menyadari dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari isi maupun susunan dalam penulisan. Oleh sebab itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi para pembaca.

Jakarta, 16 Februari 2025

Achmad Rizky Aimar



DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR COVER LUAR.....	i
TUGAS AKHIR COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
1. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	6
2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	7

B. Keputusan Pembelian	8
1. Pengertian Keputusan Pembelian	8
2. Indikator Keputusan Pembelian	9
C. Kualitas Pelayanan	9
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	9
2. Tujuan Kualitas Pelayanan	10
3. Indikator Kualitas Pelayanan	11
D. Harga	12
1. Pengertian Harga	12
2. Tujuan Penetapan Harga	13
3. Indikator Harga	13
E. Promosi	14
1. Pengertian Promosi	14
2. Tujuan Promosi	14
3. Indikator-indikator promosi	15
F. Keterkaitan Antar Variabel	15
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	15
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	16
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	16
G. Hasil penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian	17
H. Kerangka Analisis	19
I. Hipotesis	21
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
1. Objek Penelitian	24
2. Data Penelitian	24
1) Sumber data	24
2) Populasi dan Sampel	24
3) Metode Penelitian dan Pengumpulan Data	26
3. Definisi Operasional	27
4. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	29
1) Metode Analisis	29

2) Analisis Deskriptif.....	29
3) Analisis Inferensial	30
4. Uji Hipotesis (uji t).....	33
BAB IV	34
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A. Hasil Penelitian	34
1. Deskripsi Data Penelitian.....	34
2. Deskripsi Responden.....	35
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	35
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Rasa Ice Cream	36
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Real Fruit Tea	37
B. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	38
1. Analisis Deskripsi	38
a. Total Mean Dan Average Dari Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	39
b. Total Mean Dan Average Dari Variabel Harga (X2)	39
c. Total Mean Dan Average Dari Variabel Promosi (X3).....	40
d. Total Mean Dan Average Dari Variabel Keputusan Pembelian	41
C. Uji Instrumen	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	43
D. Uji Asumsi Klasik.....	44
1. Uji Normalitas.....	44
2. Uji Multikolinearitas.....	45
3. Uji Heteroskedastisitas (Uji Gleser).....	46
4. Uji Autokorelasi.....	46
E. Uji Regresi Linear Berganda.....	47
F. Uji Kelayakan Model	49
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
G. Uji T (Parsial).....	49
1. Pengujian Hipotesis Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	50
2. Pengujian Hipotesis Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	50

3.	Pengujian Hipotesis Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian(Y) ...	50
H.	Pembahasan.....	51
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputuasn Pembelian.....	52
3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	53
BAB V	54
KESIMPULAN DAN SARAN	54
A.	Kesimpulan	54
B.	Saran.....	54
LAMPIRAN	60



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Jakarta Selatan	1
Tabel 1.2 Data Penjualan Ice Cream Mixue di Jagakarsa Jakarta Selatan.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	27
Tabel 4.1 Varian Rasa Ice Cream Mixue.....	33
Tabel 4.2 Varian Real Fruit Tea	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Rasa Ice Cream.....	36
Tabel 4.5 Varian Real Fruit Tea.....	37
Tabel 4.6 Total Mean dan Aveage dari Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	38
Tabel 4.7 total Mean Dari Variabel Harga (X2)	39
Tabel 4.8 Total Mean dari Variabel Promosi (X3)	39
Tabel 4.9 Total Mean dari Variabel Keputusan Pembelian (Y)	40
Tabe4.10 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)	41
Tabe4.11 Uji Validitas Harga (X2)	41
Tabel 4.12 Uji Validitas Promosi (X3).....	41
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1), Harga(X2), Promosi (X3) Dan Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4.15 Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinerlitas.....	44
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskesdastisitas.....	44
Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi.....	45
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4.20 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi (R2).....	47
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	20
Gambar.4.1 Grafik Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	35
Gambar 4.2.Grafik Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Rasa Ice Cream.....	36
Gambar 4.3 Diagram Varian Rasa Real Fruit Tea.....	37

