

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI FOOD
DAN BEVERAGE DI TAMELO ATAP RESTO**

TUGAS AKHIR

**MUHAMMAD FAKHRI ATHALLAH
193402516310**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI FOOD
DAN BEVERAGE DI TAMELO ATAP RESTO**

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

TUGAS AKHIR

**MUHAMMAD FAKHRI ATHALLAH
193402516310**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa segala pernyataan yang ada di skripsi ini yang berjudul.

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI FOOD DAN BEVERAGE DI TAMELO ATAP RESTO

Merupakan ide dan hasil penelitian penulis , oleh karena itu dengan jelas skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapat gelar pada program sejenis perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang dipakai telah dinyatakan secara rinci dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 18 Agustus 2023



MUHAMMAD FAKHRI ATHALLAH

NPM : 193402516310

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI FOOD DAN BEVERAGE DI TAMELO ATAP RESTO

Oleh :

Muhammad Fakhri Athallah

NPM : 193402516310

Skripsi dibawah bimbingan Dr. Andini Nurwulandari,S.E.,M.M.

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai pengetahuan dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, tempat dan promosi terhadap minat beli *food* dan *beverage* di Tamelo Atap Resto . Jenis penelitian memakai deskripsi kuantitatif dan analisis inferensia memakai data primer dengan bentuk kuesioner tertutup terhadap 100 responden yaitu minat beli *food* dan *beverage* di Tamelo Atap Resto , dan data yang dianalisis memakai analisis Regresi Linier Berganda. Dan data data yang sudah dipenuhi oleh uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji kelayakan model, dan diperoleh persamaan regresi.

Kata kunci : Kualitas produk, persepsi harga, tempat dan promosi



ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, PLACE AND PROMOTION ON FOOD AND BEVERAGE BUYING INTEREST IN TAMELO ATAP RESTO

By:

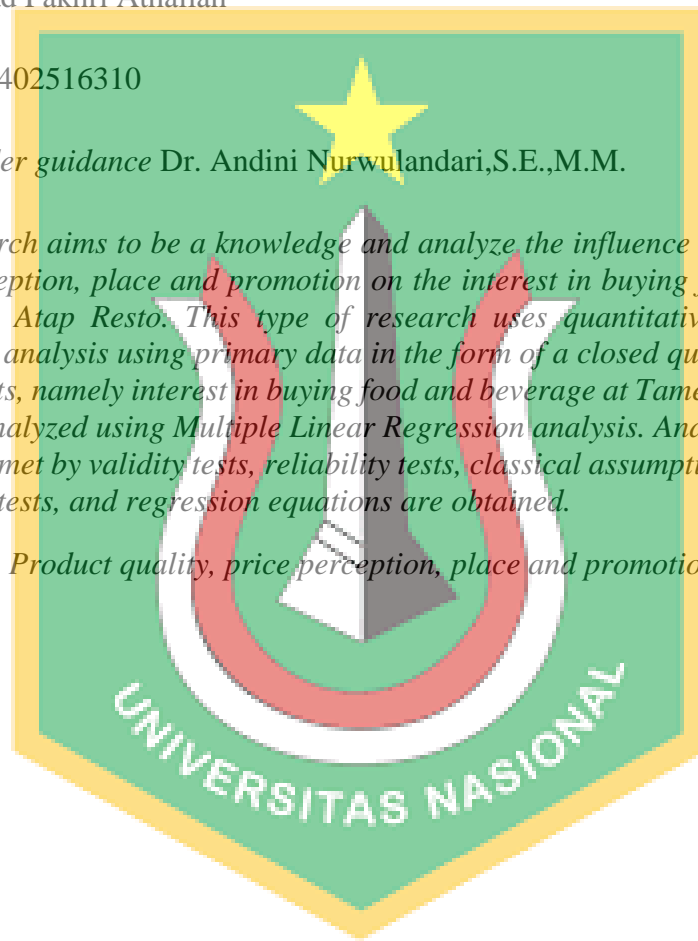
Muhammad Fakhri Athallah

NPM : 193402516310

Thesis under guidance Dr. Andini Nurwulandari,S.E.,M.M.

This research aims to be a knowledge and analyze the influence of product quality, price perception, place and promotion on the interest in buying food and beverage at Tamelo Atap Resto. This type of research uses quantitative description and inferential analysis using primary data in the form of a closed questionnaire on 100 respondents, namely interest in buying food and beverage at Tamelo Atap Resto, and the data analyzed using Multiple Linear Regression analysis. And the data data that have been met by validity tests, reliability tests, classical assumption tests and model feasibility tests, and regression equations are obtained.

Keywords: Product quality, price perception, place and promotion



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI FOOD DAN BEVERAGE DI**

TAMELO ATAP RESTO

Nama Mahasiswa : **Muhammad Fakhri Athallah**

Nomor Induk : **193402516310**

Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir



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

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS NASIONAL



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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI *FOOD* DAN *BEVERAGE* DI TAMELO ATAP RESTO**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Fakhri Athallah**
Nomor Induk : **193402516310**
Program Studi : **Manajemen**

Mengesahkan
Pembimbing/penguji

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

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Eduardo
Dr. Eddy Gurieno, S.E., M.Si.M.

Beurekat
Beurekat, S.E., M.Si

Di Atas Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Wiseiso
Wiseiso, S.E., M.App.E.c., Ph.D.

Tanggal : 18 Agustus 2023

Tanggal : 28 Agustus 2023

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhammad Fakhri Athallah
Tempat Tanggal Lahir : Kuningan, 10 Januari 2001
Alamat Rumah : Jl. Damar Laut Raya No.96 Rt.04/Rw.14
Kec. Sukmajaya, Kel Baktijaya Depok.

Usia : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Alamat Email : strongerat158421@gmail.com
vanillafakhri@gmail.com
Hobi : Masak, Berbisnis, Membuat EDM, Photograph
Pendidikan :
2005 – 2006 : TK Al-Fathah
2007 – 2012 : SD IT Nurul Fikri
2013 – 2015 : SMP IT Nurul Fikri
2016 – 2018 : SMA Yaspem Tugu Ibu 1
2019 – 2023 : Universitas Nasional



Muhammad Fakhri Athallah

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'MFA', located below the printed name.

NPM : 93402516310

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis Panjatkan kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan rahmat serta rizki-Nya karena penulis bisa menyempurnakan skripsi yang mempunyai judul pengaruh kualitas produk, persepsi harga, tempat dan promosi terhadap minat beli *food* dan *beverage* di temelo atap resto dengan baik. Tugas akhir yang diselesaikan penulis ini merupakan syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dalam Pengerjaan tugas akhir penulis mempunyai keterbatasan, dalam teknis maupun lainnya. Tetapi dengan adanya dukungan dan bantuan dari teman – teman penulis sehingga gangguan tersebut bisa teralalui dengan efisien. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan Terima aksih Kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.E.c., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
3. Ibu Dr Rahayu Lestari, S.E., M.M Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
4. Ibu Dr Andini Nur wulandari S.E., M.M selaku pembimbing tugas akhir yang sabar dan sudah menyempatkan waktu, energi serta arahan untuk penulis kerna nya penulis bisa menangkap tugas akhir ini dengan baik
5. Bapak Didin Syifudin dan Ibu Lia Rosliana selaku orang tua yang setiap saat mendoakan, memberikan motivasi serta semangat , serta bekerja sendiri pagi hingga malam, menemani pengerjaan tugas akhir ini sendiri pagi hingga bertemu pagi kembali. Baik moril dan materil sehingga penulis bisa menuntaskan tugas akhir ini
6. Tetra, Widya, Ade, Najmi, Fajar, iki, Dhimas selaku teman kuliah, yang sejak dulu menghibur dikala pusing
7. Assyifa Chalifa Murti Selaku teman sendiri SMA yang selalu meluangkan waktunya untuk membantu, menemani, memberi semangat untuk terus mengerjakan dikala penulis sedang patah semangat
8. Adit, Feri, Alif, Ricky , mentari, Giacinta Ivana(Alm) yang juga selalu menemani perjalanan sekolah penulis sendiri SMA yang selalu memberikan hiburan dikala suntuk

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	1
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM).....	i
PPERYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengetian Manajemen Pemasaran.....	7
1. Fungsi-fungsi Manajemen Pemasaran.....	8
2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	8
3. Kualitas Produk	9
4. Persepsi Harga	12
5. Promosi.....	13
6. Minat Beli	14
B. Keterkatan Antar Variabel Penelitian	15
C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	18
D. Kerangka Analisis	22
E. Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Objek Penelitian	23
B. Data Penelitian	23
 BAB IV HASIL PENELLITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Hasil Penelitian	33
B. Uji Asumsi Klasik.....	51
1. Uji Normalitas	51
2. Uji Multikolinearitas	52
3. Uji Autokorelasi	53
4. Analisis Regresi Liniear Berganda.....	54
C. Uji Kelayakan Model	56
1. Uji F.....	56
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
3. Uji t (Uji Hipotesis Penelitian).....	58
D. Pembahasan.....	61
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. KESIMPULAN.....	65
B. SARAN.....	66
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Promosi Pada Usaha Penyedia Food dan Beverage 2020	4
Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	22



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Data Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	25
Tabel 3. 3 Definisi Oprasional Variabel	26
Tabel 4. 1 Responden Menurut Jenis Kelamin	34
Tabel 4. 2 Responden Menurut Pekerjaan	35
Tabel 4. 3 Responden Menurut Kedatangan	37
Tabel 4. 4 Average Total Mean Kualitas Produk (X_1).....	39
Tabel 4. 5 Average Total Mean Persepsi Harga (X_2).....	40
Tabel 4. 6 Average Total Mean Tempat (X_3)	41
Tabel 4. 7 Average Total Mean Promosi (X_4)	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1).....	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X_2).....	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Tempat (X_3).....	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Promosi (X_4).....	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	48
Tabel 4. 13 Hasil Uji Relibilitas.....	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4. 17 Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4. 18 Uji Kelayan (Uji F).....	57
Tabel 4. 19 Koefisien Determinasi	58
Tabel 4. 20 Uji Hipotesis (Uji t).....	58