

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT BANGUNAN
SEMESTA JAYA SENTOSA SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

IMAM ALFIAN

NIM: 20161221106

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2023

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT BANGUNAN
SEMESTA JAYA SENTOSA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



Oleh:

IMAM ALFIAN

NIM: 20161221106

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2023

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Imam Alfian
NIM : 20161221106
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar – benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 26 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT BANGUNAN SEMESTA JAYA SENTOSA SURABAYA**

Diajukan Oleh :

IMAM ALFIAN

NIM : 20161221106

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tandatangan

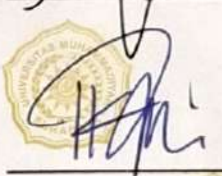
Tanggal

1. Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM.



23 Juli 2023

2. Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.



23 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Ketua

Program Studi,



Rina Marlisa, S.M., M.SM.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT BANGUNAN SEMESTA JAYA SENTOSA SURABAYA**

**Nama : IMAM ALFIAN
NIM : 20161221106**

**Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari/Tanggal : Jum'at / 23 Juli 2023
Pukul : 13.00 WIB sampai dengan 14.30 WIB**

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



Dra. Siti Salbiyah, M.Kes.

Anggota I



Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM.

Anggota II



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Ketua



Rina M. Alifasari, SM., M.SM.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya penyusunan Skripsi ini dapat diselesaikan dan disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bangunan Semesta Jaya Sentosa Surabaya”.

Dalam penyusunan Skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak untuk itu perkenankan penulis mengucapkan Terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. dr. H. Sukadiono, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mockhlas, S.Si., M.M selaku Dekan studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya
3. Rina Maretasari, SM, M.SM selaku Ketua Program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM., selaku pembimbing I yang telah memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dr. Kritiningsih, SE, M.Si., selaku pembimbing II yang telah juga memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Dra. Siti Salbiyah, M.Kes., selaku dosen penguji yang telah juga memberikan waktu untuk memberikan saran dan arahnya dengan penuh kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

7. Terimakasih kepada seluruh pengajar dan juga staff kampus dan fakultas yang telah berperan sebagai mentor dan memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan selama mengikuti perkuliahan.
8. Henry Purnomo selaku *general manager* di PT Bangunan Semesta Jaya Sentosa Surabaya yang telah memberikan kesempatan dan membantu untuk memberikan banyak informasi bisnisnya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
9. Kedua Orang tua yang selalu mendukung serta mendoakan kelancaran dalam pembuatan Skripsi.
10. Sahabat dan Teman-teman yang selalu mendukung serta mendoakan kelancaran dalam pembuatan Skripsi.
11. Semua Pihak yang terlibat dalam penyusunan Skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga amal kebaikan dan semua mendapat imbalan yang luar biasa dari Allah SWT, dan semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 26 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

Keterangan	Halaman
SKRIPSI.....	i
SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Bauran Pemasaran.....	10
3. Perilaku Konsumen.....	10
4. Harga (<i>Price</i>)	14
a. Pengertian Harga.....	14
b. Metode Penetapan Harga	15
c. Indikator Harga	17

5.	Promosi	18
a.	Pengertian Strategi Promosi.....	18
b.	Indikator Promosi.....	19
6.	Kualitas Layanan	19
a.	Pengertian Kualitas	19
b.	Pengertian Kualitas Layanan	19
c.	Indikator Layanan SERVQUAL.....	20
7.	Keputusan Pembelian.....	22
a.	Pengertian Keputusan Pembelian	22
b.	Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
8.	Pengaruh Antar Variabel.....	24
a.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
b.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	25
c.	Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
B.	Penelitian Terdahulu.....	26
C.	Kerangka Konseptual dan Model Analisis	28
D.	Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
A.	Pendekatan Penelitian.....	32
B.	Sumber Data	32
C.	Identifikasi Variabel	33
D.	Definisi Operasional Variabel	33
E.	Teknik Distribusi dan Pengumpulan Data.....	36
F.	Populasi Dan Sampel.....	37
G.	Teknik Pengolahan Data	38
H.	Analisis Data	39
1.	Statistik Deskriptif	40
2.	Uji Instrumen	40
a.	Uji Validitas Data	40
b.	Uji Reliabilitas Data.....	41

3.	Uji Asumsi Klasik.....	41
a.	Uji Normalitas.....	41
b.	Uji Multikolinieritas.....	42
c.	Uji Heteroskedastitas	42
4.	Uji Regresi Linier Berganda	42
5.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	43
6.	Uji Hipotesis	44
a.	Uji t (Parsial).....	44
b.	Uji F (Simultan)	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B.	Deskripsi data hasil penelitian.....	46
1.	Karakteristik Responden.....	46
a.	Jenis Kelamin Responden	46
b.	Usia Responden	46
c.	Pekerjaan Responden	47
d.	Pendapatan Responden	47
2.	Gambaran Variable Penelitian	48
C.	Hasil Analisa	49
1.	Uji Instrumen	49
2.	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.	Uji Regresi Linier Berganda	52
D.	Pengujian Hipotesis	54
a.	Uji t	54
b.	Uji F	55
E.	Koefisien Determinasi (R^2)	56
F.	Pembahasan.....	57

1.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	58
3.	Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.	Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
BAB V PENUTUP.....		62
A. Kesimpulan.....		62
B. Saran.....		62
DAFTAR PUSTAKA		64

DAFTAR TABEL

Nomor	Keterangan	Halaman
Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu	26
Tabel 3.1	Variabel Operasional.....	34
Tabel 3.2	Reliabilitas Guifor.....	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Tabel 4.5	Tabel Deskriptif	48
Tabel 4.6	Validitas Variabel Harga (X1)	49
Tabel 4.7	Validitas Variabel Promosi (X2).....	49
Tabel 4.8	Validitas Variabel Kualitas layanan (X3)	49
Tabel 4.9	Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.12	Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.14	Hasil Uji t.....	54
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.16	Koefisien Determinasi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Keterangan	Halaman
Gambar 1.1	Laporan Kunjungan Konsumen/Pelanggan Periode 2019-2021	3
Gambar 2.1	Tahapan Pengambilan Keputusan	23
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	29
Gambar 2.3	Model Analisis	30
Gambar 4.1	P-P Plot Uji Normalitas.....	51
Gambar 4.2	Diagram Scatterplot.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
LAMPIRAN KUISIONER	67
LAMPIRAN TABULASI DATA	74
LAMPIRAN DATA MENTAH.....	76
LAMPIRAN OLAH DATA.....	80
LAMPIRAN RTABEL	84
LAMPIRAN TTABEL.....	85
LAMPIRAN FTABEL.....	86
LAMPIRAN SURAT-SURAT	87

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, & Riduwan. (2020). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statiska*. Jakarta: Alfabeta.
- Akdon, & Riduwan. (2020). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statiska*. Jakarta: Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Vol. Cetakan Kesembelian). Bandung: Alfabeth.
- Arifin, M. (2017). Strategi Manajemen Perubahan Dalam Meningkatkan Disiplin Di Perguruan Tinggi. *Jurnal EduTech*, Hal. 117-132.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bandung: Rineka Cipta.
- Basu, S., & Irawan. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Bateson, & Hoffman. (2017). *Service Marketing: Concepts, strategies & Cases*. South-Western Australia: Cengage Learning.
- Faozi, I., & Handayani, S. (2019). Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, Hal. 44-52.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2020). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, M. A., & Fatihudin, D. (2017). *Globalisasi Pemasaran (Marketing Globalization)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, R. S., & et al. (2016). Loyalitas Mahasiswa Universitas Islam Indonesia : Analisis Peran Mediasi. pp. 1–20.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mangkunegara, A. A. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moeheriono. (2014). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moses, Y. (2015). *Pengantar Bisnis*. Medan : Perdana Publishing.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2014). SERVQUAL: a multiple item scale for Measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, vol. 64 No, 1, 12-40.
- Peter, & Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9 ed.). (D. T. Dwiandani, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.
- Polla et al. (2018, September). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan SEA. *Jurnal EMBA*, Vol.6 No.4, Hal. 3068 – 3077.
- PT Bangunan Semesta Jaya Sentosa Surabaya. (2021, 11 23). Sejarah dan Detail Profile Perusahaan PT Bangunan Semesta Jaya Sentosa Surabaya. (I. Alfian, Interviewer)
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Putri, D. C., & Sunaryanto, L. T. (2020, September). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berkunjung Di Kampoeng Banyumili Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, Volume 7, Nomor 3, Hal. 579-590.
- Samosir et al. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Pt. Romeby Kasih Abadi (Developer Perumahan Bersubsidi). *Tijarah*, Volume 1 No. 19, Hal. 143-151.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra, H. (2017, Februari). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada Pt. Samudranesia Tour And Travel Pekanbaru), ., *JOM FISIP*, Vol. 4 No. 1, 1-14.

- Satuan Tugas Penanganan Covid-19 Mei 2021. (2021). Pengendalian Covid-19 Dengan 3M, 3T, Vaksinasi, Disiplin, Kompak, dan Konsisten, Buku 2. *Satuan Tugas Penanganan Covid-19 Mei 2021*. Retrieved from <https://covid19.go.id/storage/app/media/Materi%20Edukasi/2021/Mei/Pengendalian%20Covid%20buku%20%20Plus%2025.5.21.pdf>
- Schiffman, & Kanuk. (2019). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Jakarta: Indeks.
- Silaban, B. E., & Rosdiana, D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Online Shop Sociolla. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 23 No. 3*, Hal.202-224.
- Sufyandi, S., Firmansyah, M. A., & Rosmaniar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Konsumen Serambi Dana Koperasi Di Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal, 16(2)*, 178–185.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2005). *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan, Vol 8, No 1*, Hal. 70-78. Retrieved from <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Wijoyo et al. (2020). *Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi*. Banyumas, Jawa Tengah: CV. Pena Persada.