

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUPER INDO
SUNTER JAKARTA UTARA**

Oleh:

Nama : Adrian Kristoforus

NIM : 27130081

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

OKTOBER 2017

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

PENGARUH SALES PROMOTION DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SUPER INDO SUNTER JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh:

Nama : Adrian Kristoforus

NIM : 27130081

Jakarta, 5 Oktober 2017

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Dr. Tony Sitinjak, MM)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2017

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Adrian Kristoforus/ 27130081/ 2017/ Pengaruh *Sales Promotion* dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Super Indo Sunter Jakarta Utara/ Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, MM

Fenomena majunya industri ritel di Indonesia, memberikan daya tarik tersendiri bagi para pebisnis di Indonesia. Hal ini ditandai dengan menjamurnya gerai ritel di Indonesia yang disebabkan pentingnya pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari serta tingkat pertumbuhan populasi tertinggi di Asia Tenggara. Tentu saja hal ini menjadi ancaman, karena semakin banyaknya barang dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat persaingan yang terjadi. Melihat hal ini PT Lion Super Indo harus berupaya untuk menstimuli keputusan pembelian dengan cara melakukan strategi promosi salah satunya yaitu *sales promotion* dan menciptakan kualitas pelayanan yang baik untuk konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari *sales promotion* dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Super Indo Sunter Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari Kualitas Layanan Ritel yang memiliki dimensi Aspek Fisik (*Physical Aspects*), Reliabilitas (*Reliability*), Interaksi Personal (*Personal Interaction*), Pemecahan Masalah (*Problem Solving*), dan Kebijakan (*Policy*), *sales promotion* yang memiliki dimensi (*rebates*), (*price packs*), (*coupons*). Kemudian didukung teori dan penelitian terdahulu mengenai pengaruh promosi *sales promotion* dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari *Sales Promoyion* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan pembelian pelanggan di Super Indo Sunter Jakarta Utara. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan adalah analisis dari kuesioner yang dimana jumlah responden penelitian ditetapkan sebanyak 100 responden yang sudah pernah berbelanja di Super Indo Sunter Jakarta Utara. Sementara itu untuk teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji t dan uji f.

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Sales Promotion* dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.



ABSTRACT

Adrian Kristoforus/ 27130081/ 2017/ *The Influence of Sales Promotion and Quality of Service towards Purchase Decision at Super Indo Sunter North Jakarta/ Lecturer : Dr. Tony Sitinjak, MM*

The phenomenon of the rapid advancement of the retail industry in Indonesia gives the opportunity to business practicess in Indonesia. It is marked by prolifiration of retail outlets in Indonesia caused due to the importance of daily needs and Indonesia as highest population growth rates in South Asia. This becomes a threat, because the more goods and services offered the more intense competition that occurs. Seeing this PT Lion Super Indo must strive to stimulate purchasing decision by doing promotion strategy, one of them is sales promotion and create good service quality for consumer. This study aims to analyze the impact of Sales Promotion and Service Quality towards Purchasing Decisions at Super Indo Sunter North Jakarta.

The theory being used to support this research are definition of Service Quality which have five dimenssons which is Physical Aspects, Reliability, Personal Interaction, Problem Solving, and Policy. Sales promotion have three dimensions which is Rebates, Price Packs and Coupons. And it was backed up by previous research about The Influence of Sales Promotion and Quality of Service towards Purchase Decision.

This research using questionnaire to collect the data of 100 respondents who had been shopping at Super Indo Sunter North Jakarta. Methods using for data analysis is validity test, reliability test, descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear regression test, t test and f test.

Tests in this study using SPSS 20 software. The results showed that Sales Promotion variables and Service Quality have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Conclusion of this research is shows that sales promotion has a positive and significant impact on purchasing decisions and service quality have a positive and significant impact on purchasing decisions.

Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isinya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, hikmat dan kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta Utara.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan pengarahan, bimbingan, saran, dukungan, dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung penyusunan skripsi, yaitu kepada :

1. Bapak Dr. Tony Sitinjak, M. M. Selaku dosen pembimbing yang senantiasa sabar membimbing dan meluangkan waktu untuk penulis serta memberikan masukan-masukan yang sangat bermanfaat bagi penulisan skripsi ini sehingga akhirnya dapat diselesaikan.
2. Seluruh dosen Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan banyak pengetahuan serta wawasan kepada penulis selama proses perkuliahan maupun selama proses pengerjaan skripsi.
3. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan dukungan dalam bentuk finansial maupun moral kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
4. Para karyawan di BAAK, perpustakaan, dan *copy centre* di Kwik Kian Gie School of Business yang telah dengan sangat ramah membantu penulis selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi.





5. Sahabat-sahabat peneliti yang selalu memberikan dukungan, doa, dan keceriaan baik selama kuliah maupun proses pengerjaan skripsi ini : William Betand, Cung Cung, Ferdias, Bryan, Hansel, Bryan, Andri Kuy, Adit Tirta.

6. Teman-teman Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

7. Semua pihak lain yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang baik bagi para peneliti selanjutnya.

Jakarta, Agustus 2017

Peneliti

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

Pengesahan	i
Abstrak	ii
Abstract	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Bab I. Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Batasan Penelitian	7
F. Tujuan Penelitian	7
G. Manfaat Penelitian	8
Bab II. Kajian Pustaka	
A. Landasaan Teoritis	9
1. Ritel	9





2. Jenis Jenis <i>Retail</i>	12
3. Bauran Pemasaran.....	13
4. Promosi	14
5. <i>Sales Promotion</i>	15
6. Kualitas Layanan	17
7. Keputusan Pembelian.....	20
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis Penelitian	29
Bab III. Metodologi Penelitian	
A. Objek Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Variabel Penelitian	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Teknik Pengambilan Sampel	35
F. Teknik Analisis Data	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	37
3. Analisis Deskriptif	38
4. Skala Likert.....	39
5. Analisis Regresi Linier Berganda	40
6. Uji Asumsi Klasik.....	43

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Bab IV. Hasil Analisis dan Pembahasan

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Analisis Data dan Pembahasan	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	50
3. Analisis Profil Responden.....	51
4. Analisis Rata Rata Variabel <i>Sales Promotion</i>	52
5. Analisis Rata Rata Variabel Kualitas Layanan.....	54
6. Analisis Rata Rata Variabel Keputusan Pembelian	55
7. Uji Asumsi Klasik	56
8. Analisis Regresi Linier Berganda	59
C. Hasil Penelitian	62
D. Pembahasan	63
Bab V. Kesimpulan dan Saran	
A. Kesimpulan	66
B. Saran	66
Daftar Pustaka	68
Lampiran	70

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

DAFTAR TABEL

• Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1	24
• Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2	25
• Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3	26
• Tabel 3.1 Variabel <i>Sales Promotion</i>	33
• Tabel 3.2 Variabel Kualitas Layanan.....	33
• Tabel 3.3 Variabel Keputusan Pembelian	34
• Tabel 4.1 Uji Validitas <i>Sales Promotion</i>	48
• Tabel 4.2 Uji Validitas Kualitas Layanan.....	49
• Tabel 4.3 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	50
• Tabel 4.4 Uji Reliabilitas <i>Sales Promotion</i>	51
• Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	51
• Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	52
• Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
• Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Usia	53
• Tabel 4.9 Skor Rata-Rata Variabel <i>Sales Promotion</i>	53
• Tabel 4.10 Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan	54
• Tabel 4.11 Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian	56
• Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	57
• Tabel 4.13 Uji Heteroskedesitas	58
• Tabel 4.14 Uji Autokorelasi.....	59
• Tabel 4.15 Uji Multikolonieritas.....	60
• Tabel 4.16 Uji F	61



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



• Tabel 4.17 Uji Regresi Linier Berganda.....	62
• Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi(R^2).....	63

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

● Gambar 2.1 Model Kualitas Layanan	18
● Gambar 2.2 Model Penelitian	29
● Gambar 4.1 Logo Super Indo.....	48

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

• Lampiran 1 Kuesioner	72
• Lampiran 2 Data Responden Kuesioner	76
• Lampiran 3 Respon Kuesioner	80
• Lampiran 4 Uji Validitas & Realibilitas	93
• Lampiran 5 Skor Rata-Rata	96
• Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	97
• Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda	99

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.