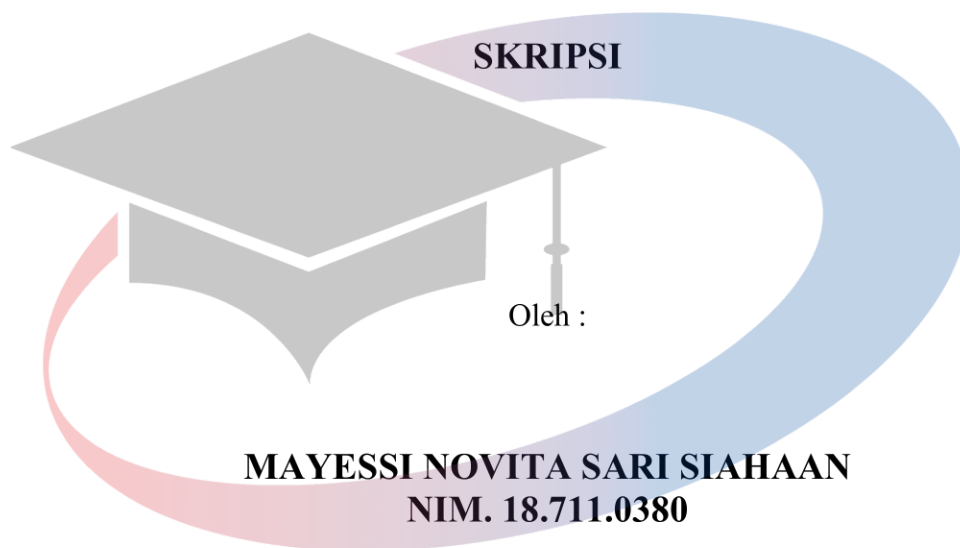


**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK PERUSAHAAN
SAMESTA SENTRALAND MEDAN**

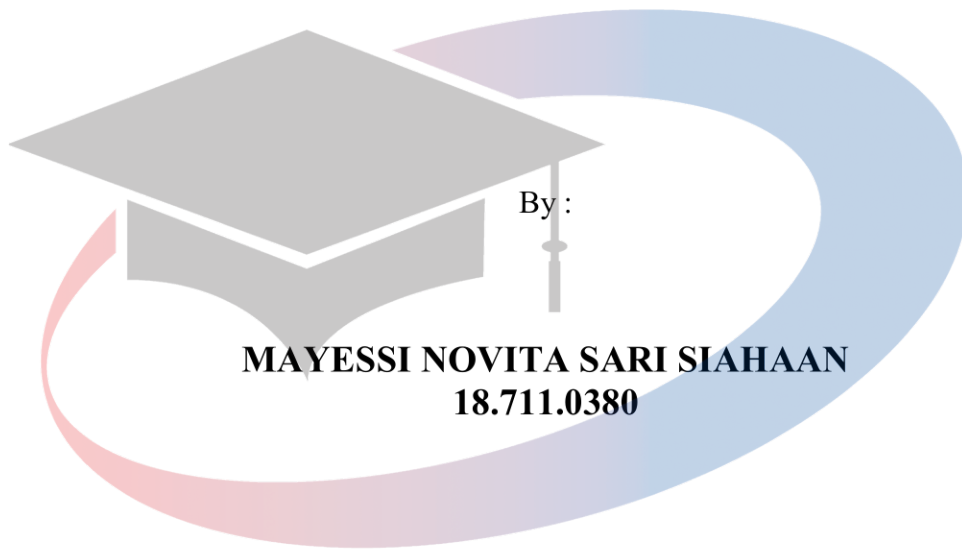


**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2022**

**THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE
QUALITY ON PURCHASING DECISIONS
CONSUMERS ON THE COMPANY'S PRODUCTS
SAMESTA SENTRALAND MEDAN**

FINAL RESEARCH



**MAYESSI NOVITA SARI SIAHAAN
18.711.0380**

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2022**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK PERUSAHAAN
SAMESTA SENTRALAND MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

**MAYESSI NOVITA SARI SIAHAAN
187113080**

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,



(William S.Kom., M.M.)

Medan, 20 Juli 2022

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua program Studi,
Manajemen



UNIVERSITAS
MIKROSKIL
(Apren Hariyanto Hutagaol, S.E., M. Si)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Mayessi Novita Sari Siahaan

NIM : 187110380

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Perusahaan Samesta Sentraland Medan

Tempat Penelitian : Perusahaan Samesta Sentraland Medan

Alamat Tempat Penelitian : Apartemen Sentraland Tower Barcelona Lantai P1
Jl. Nikel Sukaramai II, Medan Area, Kota Medan

No. Telp Tempat Penelitian : 061-735222

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum di publikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan Oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 20 Juli 2022

Saya yang membuat pernyataan,



(Mayessi Novita Sari Siahaan)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan Menganalisis pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Samesta Sentraland Medan. Penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dan menggunakan rumus *slovin* dengan jumlah sampel sebanyak 84 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 6,321 > dari t_{tabel} sebesar 1,989 dengan nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,000. Sedangkan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 3,125 > dari t_{tabel} sebesar 1,989 dan nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,002. Untuk variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan, namun masih memiliki peran yang baik terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} sebesar 0,521 < dari t_{tabel} sebesar 1,989 dengan nilai signifikan di atas 0,05 yaitu sebesar 0,604. Secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan F_{hitung} 46.172 > dari F_{tabel} 2,72 dan nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,000. Besarnya pengaruh yang diberikan adalah sebesar 62.0% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of price, promotion and service quality on consumer purchasing decisions at Samesta Sentraland Medan. This study uses probability sampling method and uses the Slovin formula with a total sample of 84 respondents. The data analysis technique in this study used the classical assumption test and multiple linear regression analysis. The results showed that the price partially had a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the tcount of 6.321 > from ttable of 1.989 with a significant value below 0.05, which is 0.000. While promotion partially positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the tcount of 3.125 > from ttable of 1.989 and a significant value below 0.05 which is equal to 0.002. The service quality variable partially does not have a significant effect, but still has a good role in purchasing decisions with tcount of 0.521 < from ttable of 1,989 with a significant value above 0.05, which is 0.604. Simultaneously price, promotion and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by Fcount 46,172 > from Ftable 2.72 and a significant value below 0.05, which is 0.000. The amount of influence given is 62.0% while the rest is influenced by other factors outside of this study.

Keywords: Price, Promotion, Service Quality, Purchase Decision

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Perusahaan Samesta Sentraland Medan” yang disusun sebagai syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, arahan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini peneliti dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak William S.Kom., M.M., selaku Pembimbing I dan selaku Wakil Rektor III Universitas Mikroskil Medan, yang telah bersedia meluangkan segala waktu, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Suwianto, S.T., M.M., selaku Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan segala waktu, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Pahala Sirait, S.T., M.Kom., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali, yang selalu memotivasi dan inspiratif.
7. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.

8. Orang tua peneliti, (+) Miller Siahaan dan Ibu Evelina Tampubolon yang telah membesarkan dan mendidik peneliti, terkhususnya kepada ibu yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan, motivasi dan kasih sayang yang tak terhingga. Saudara peneliti Robby Richard, Septiani Arianty Siahaan, Cindy Andela Siahaan, Waldy Revan Siahaan dan Aurora Romaulina Sidauruk yang selalu senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada peneliti.
9. Kepada responden, peneliti mengucapkan terima kasih atas waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan, berkat responden peneliti bisa mengolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman peneliti Kiki Herawanti, Muna Lolita Silalahi, Romanthi Andiani Sipahutar dan Naomi Eka Hutapea.
11. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 20 Juli 2022

Penulis,

(Mayessi Novita Sari Siahaan)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Originalitas	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran	6
2.1.2. Keputusan pembelian.....	7
2.1.3. Harga.....	10
2.1.4. Promosi	13
2.1.5. Kualitas Pelayanan	15
2.2. Riview Penelitian Terdahulu	17
2.3. Kerangka Konseptual	19
2.4. Pengembangan Hipotesis	20
2.4.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Samesta Sentrand Medan.....	20
2.4.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Samesta Sentrand Medan.....	21

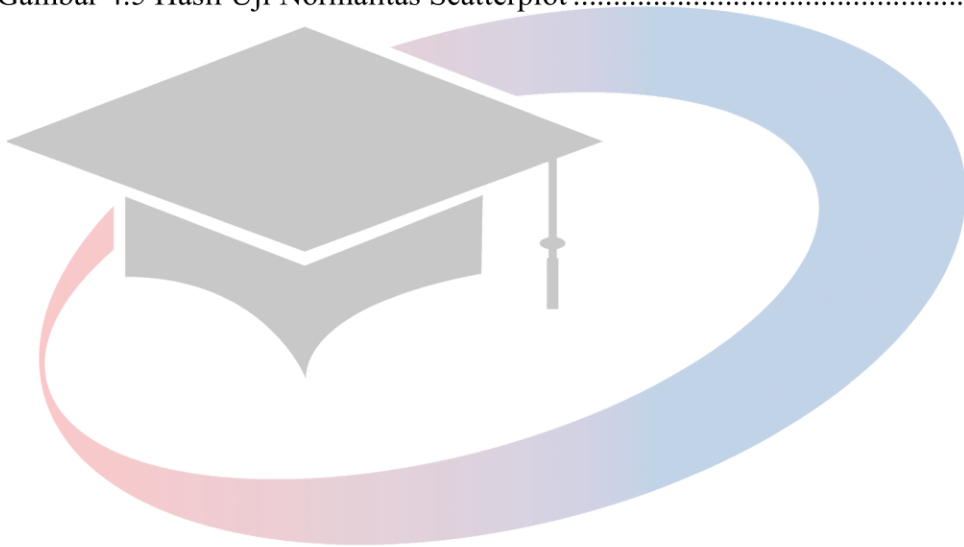
2.4.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Samesta Sentraland Medan	21
2.4.4.	Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Samesta Sentraland Medan	21
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1.	Jenis Penelitian	23
3.2.	Objek Penelitian	23
3.3.	Populasi dan Sampel	23
3.3.1.	Populasi	23
3.3.2.	Sampel	24
3.4.	Metode Pengumpulan Data	24
3.4.1	Pengumpulan Data Primer	24
3.4.2	Studi Kepustakaan (Data Sekunder)	26
3.5.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	26
3.6	Metode Analisis Data	27
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif	28
3.6.2	Analisis Kualitas Data.....	28
3.6.3.	Pengujian Asumsi Klasik	29
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
3.6.5	Uji Hipotesis	31
3.6.5.3	Uji Koefesien Determinasi (R^2)	32
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1	Hasil Penelitian.....	33
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	34
4.1.3	Gambaran Umum Responden	35
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	36
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data	39
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik	45
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	49

4.1.8	Hasil Uji Hipotesis	50
4.1.9	Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.2.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.2.4	Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	54
BAB V	56
KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN 1	60
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	95

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Gambar 4.2 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4.4 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas dengan Probabiliti Plot.....	51
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	52



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Riview Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Jumlah Konsumen Samesta Sentraland Medan	25
Tabel 3.2 Skala Likert	27
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	29
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	37
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Harga	40
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Promosi.....	41
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Kualitas Pelayanan	41
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harga (X_1).....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Promosi (X_2)	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_3).....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4.10 Uji Reliablitas Variabel Harga (X_1).....	48
Tabel 4.11 Uji Reliablitas Variabel Promosi (X_2)	48
Tabel 4.12 Uji Reliablitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....	48
Tabel 4.13 Uji Reliablitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolineritas	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalias Kolmogorov-Smirnov Test.....	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Residual Glesjer.....	53
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	55
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	56
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji R^2)	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	64
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN	71
LAMPIRAN 3 DISTRIBUSI HASIL STATISTIK DESKRIPTIF	82
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	84
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	87
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	90
LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS	91
LAMPIRAN 8 TABEL DISTRIBUSI	92



UNIVERSITAS
MIKROSKIL