

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN  
SPECIAL SAMBAL GONILAN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Di Susun Oleh:

**DODY RIDWAN YUNianto**  
**B 100 110 172**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2016**

## PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SPESIAL  
SAMBAL GONILAN**

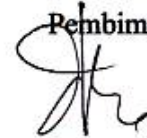
Yang Disusun Oleh :

**DODY RIDWAN YUNianto**  
**B 100 110 172**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Maret 2016

Pembimbing




(Edi Purwo Saputro, S.E., M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prayono, S.E., M.Si.)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **DODY RIDWAN YUNianto**

NIRM : **B100110172**

Jurusan : **MANEJEMEN**

Judul Skripsi: **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
RUMAH MAKAN SPESIAL SAMBAL GONILAN**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Maret 2016

**(Dody Ridwan Yunianto)**

## **MOTTO**

*“Hadapilah semua dengan senyuman kesabaran dan usaha”*

(Penulis)

*“Ridhallah Ridha walidain”*

(Penulis)

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan)kebaikan dan taqwa dan janganlah tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”*

(QS. Al- Maidah:2)

*“Do your best bukan berarti harus meraih nilai bagus menjadi juara atau mengalahkan orang lain, Do your best adalah memberikan yang terbaik atas segala hal yang sedang kita lakukan. Memberikan atau melakukan yang terbaik adalah sebuah proses yang menggunakan semua kemampuan yang dimiliki. Sikap ini berarti, kita mau belajar dari kesalahan terus memperbaiki diri dan tidak berhenti mencoba ketika mengalami kegagalan”*

(Ratna Megawangi)

## PERSEMBAHAN



- ✓ Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk..
- ✓ Rasulullaah SAW. Semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta para sahabatnya.
- ✓ Bapak & Ibu “Suranto & Yuni E.” terima kasih atas doa, ketulusan cinta dan kasih sayang selama ini untuk pendidikan, perjuangan, dan pengorbanan untuk penulis.
- ✓ Calon istriku semoga kelak saya dapat menjadi imam yang baik, bertanggung jawab, sukses, dan berbudi luhur dan tentunya selalu berada di jalan Allah SWT.
- ✓ Teman-teman seangkatan Sandi, Bagus, Usrog, Gilang, Abidin, Dewanto, Edi, Ainur, Riza, Yahya, Candra, Hendi, Dll.
- ✓ Almamaterku FEB UMS.

## KATA PENGANTAR



### *Assalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh*

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SPESIAL SAMBAL GONILAN”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekomoni dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Edi Purwo Saputro, S.E., M.Si selaku Dosen pembimbing skripsi yang dengan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing, mengarahkan dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan ibuku yang telah memberikan dukungan, memberikan do'a, membimbing dan mencurahkan kasih sayangnya kepadaku.
6. Kepada pacarku Ganes Pramudita terima kasih telah memberikan semangat, doa dan dukungan penuh sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Sahabat-sahabat angkatan 2011 yang memberikan dukungan kepadaku untuk terus maju dan pantang menyerah.
8. Kepada semua orang yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

*Wassalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh*

Surakarta, Maret 2016

Penulis

**DODY RIDWAN YUNianto**

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL.....                        | i       |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                  | ii      |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... | iii     |
| HALAMAN MOTTO .....                       | iv      |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                 | v       |
| KATA PENGANTAR .....                      | vi      |
| DAFTAR ISI .....                          | viii    |
| DAFTAR TABEL .....                        | xi      |
| DAFTAR GAMBAR .....                       | xiii    |
| ABSTRAK .....                             | xiv     |
| ABSTRACT.....                             | xv      |
| BAB I. PENDAHULUAN.....                   | 1       |
| A. Latar Belakang Masalah .....           | 1       |
| B. Batasan Masalah.....                   | 4       |
| C. Perumusan Masalah .....                | 4       |
| D. Tujuan Penelitian .....                | 5       |
| E. Manfaat Penelitian .....               | 5       |
| F. Sistematika Penelitian .....           | 6       |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....             | 8       |
| A. Pengertian Pemasaran .....             | 9       |



|          |  |    |
|----------|--|----|
| B.       | Kualitas Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 9  |
| C.       | Harga dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian .....           | 9  |
| D.       | Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian .....         | 10 |
| E.       | Keputusan Pembelian .....  | 11 |
| F.       | Penelitian Terdahulu .....   | 12 |
| G.       | Kerangka Pemikiran .....   | 16 |
| H.       | Hipotesis .....  | 17 |
| BAB III. | METODE PENELITIAN .....  | 19 |
| A.       | Jenis Penelitian .....   | 19 |
| B.       | Lokasi Penelitian .....  | 19 |
| C.       | Populasi, Sampel dan Besar Sampel.....                             | 19 |
| D.       | Jenis Data .....   | 20 |
| E.       | Metode Pengumpulan Data.....                                       | 21 |
| F.       | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....                 | 22 |
| G.       | Metode Analisis Data .....   | 24 |
| H.       | Uji Asumsi Klasik .....  | 26 |
| I.       | Analisis Regresi Linier Berganda .....                             | 29 |
| J.       | Uji Hipotesis .....  | 30 |
| BAB IV.  | ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....                                       | 35 |
| A.       | Diskripsi Data .....   | 35 |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| B. Analisis Data .....               | 44 |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian ..... | 53 |
| BAB V. PENUTUP .....                 | 58 |
| A. Kesimpulan .....                  | 58 |
| B. Saran .....                       | 59 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|          | Halaman   |
|----------|---|
| Tabel 1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..... 37               |
| Tabel 2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 38                    |
| Tabel 3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ..... 38                       |
| Tabel 4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..... 39                             |
| Tabel 5  | Rangkuman Validitas Instrumen untuk Variabel Kualitas Produk (X1) ..... 40    |
| Tabel 6  | Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Harga (X2) ..... 40              |
| Tabel 7  | Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Promosi (X3) ..... 41            |
| Tabel 8  | Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Y (Keputusan pembelian) ..... 41 |
| Tabel 9  | Hasil Reliabilitas ..... 43   |
| Tabel 10 | Hasil Analisis Regresi ..... 45   |
| Tabel 11 | Hasil Uji Normalitas ..... 48   |
| Tabel 12 | Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 49  |
| Tabel 13 | Hasil Uji Multikolinieritas ..... 50  |
| Tabel 14 | Hasil Uji Determinasi ..... 51  |
| Tabel 15 | Hasil Analisis Uji F ..... 52   |

|          |                            |    |
|----------|----------------------------|----|
| Tabel 16 | Hasil Analisis Uji t ..... | 52 |
|----------|----------------------------|----|

## DAFTAR GAMBAR

|                                    | Halaman |
|------------------------------------|---------|
| Gambar 1 Kerangka Pemikiran .....  | 17      |
| Gambar 2 Struktur Organisasi ..... | 36      |

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Spesial Sambal Gonilan, dengan tujuan menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Spesial Sambal Gonilan, menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Spesial Sambal Gonilan dan menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Spesial Sambal Gonilan.

Penelitian ini menggunakan sampel sebesar 100 responden, dengan metode pengumpulan data menggunakan angket. Alat analisis yang digunakan adalah: pengujian instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas) dan uji hipotesis (analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F dan uji t).

Hasil analisis data dapat diperoleh sebagai berikut: Berdasarkan uji t diperoleh hasil perhitungan bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk, harga dan promosi memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan nilai nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak berarti secara parsial kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

This research was conducted in Eating Special Sambal Gonilan, with the purpose of examining and analyzing the influence of the quality of products on purchase decisions in Eating Special Sambal Gonilan, test and analyze the effect of price on purchase decisions in Eating Special Sambal Gonilan and test and analyze the quality of the product, price and promotion on purchase decisions in Eating Special Sambal Gonilan.

This study used a sample of 100 respondents, the method of data collection using the questionnaire. Analysis tools used are: testing instruments of data (validity and reliability testing), classical assumption (normality test, multicollinearity and heteroscedasticity test) and test hypotheses (multiple linear regression analysis, test the coefficient of determination ( $R^2$ ), F test and test t). The results of data analysis can be obtained as follows: Based on t test result calculation that all the independent variables consist of product quality, price and promotion influence on purchase decisions as evidenced by the value of tcount greater than the value t table then  $H_0$  is rejected means partially product quality, price and promotions significantly influence purchasing decisions.

**Keywords:** Quality Product, Price, Promotion and Purchase Decision