

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,PROMOSI,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN(Studi Kasus Toko Lesba Fanci)**



SKRIPSI

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

Oleh:

ARWAN LASMERI YANTO
B100140105

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

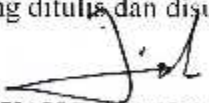
2018

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN (Studi Kasus Toko Lesba Fanci)

Yang ditulis dan disusun oleh:

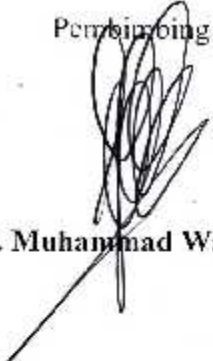

ARWAN LASMERI YANTO

B 100 140 105

Penandatangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 4 Agustus 2018

Pembimbing

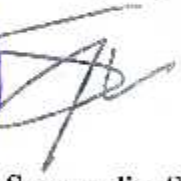

(Prof. Dr. H. Muhammad Wahyuddin, M.S.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta




Dr. H. Syamsudin, SE, MM)



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 di bawah ini:

Nama : **ARWAN LASMERI YANTO**
NIRM : **14.6.106.02016.500.105**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN
(Studi Kasus Toko Lesba Fanci)**

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

Surakarta, 4 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



(ARWAN LASMERI YANTO)

MOTTO

*“Katakanlah sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah
untuk allah rabb semesta alam”*

(Q.S al-An'am : 162)

*“barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk menuntut ilmu pengetahuan,
maka allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”*

(H.R. Muslim)

“Segala apa yang kita pikirkan dan rasakan itu yang akan kita dapatkan”

The Law Of Attraction

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang telah menciptakan langit, bumi, dan seisinya. Memberi kehidupan bagi manusia untuk menyembah kepada-Nya dan melaksanakan perintah-perintah-Nya. Semoga amalan-amalan sholeh yang kita lakukan diterima disisiNya. Seperti karya kecil ini semoga diberi pahala dan bermanfaat bagi orang banyak.
2. Nabi Muhammad SAW, sebagai uswah khasanah kita semuanya untuk menuntut ilmu dengan iman dan ikhsan. Sehingga mengingatkan kepada kita semua untuk selalu bersyukur dan ikhlas dalam menuntut ilmu.
3. Kedua orang tua saya Bapak Jumeri dan Ibu Sulastri yang selalu memberikan nasehat, semangat, dan motivasi, serta doa yang selalu beliau panjatkan untuk saya.
4. Adek-adekku Wisnu Lasmeri Yanto dan Aditya Lasmeri Yanto yang selalu memberi dukungan.
5. Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Surakarta

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikumWr, Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian (Studi Kasus Toko Lesba Fanci)”**. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

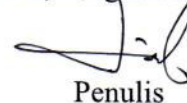
Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, untuk semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, kekuatan, kesabaran, kemudahan, dan segala nikmat-Nya yang tak pernah henti senantiasa dilimpahkan kepada hamba-Nya.
2. Dr. Sofyan Anif, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Dr. Syamsudin, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Imronudin, SE., M, Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Prof. Dr. M. Wahyudin selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan nasihat dengan sabar selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat.
7. Novel Idris, S.E, M.M, selaku asisten pembimbing yang memberi arahan dan pembelajaran kepada penulis hingga terselesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua saya Bapak jumeri dan Ibu sulastri yang selalu memberikan nasehat, semangat, dan motivasi, serta doa yang selalu beliau panjatkan untuk saya.
9. Adikku Wisnu Lasmeri Yanto dan Aditya Lasmeri Yanto, kalianlah semangatku untuk meraih kesuksesan masa depan.
10. Teman-temanku satu angkatan Resimen Mahasiswa, Yudha Cakti 29
11. Batalyon 916 Samber Nyawa, yang telah memberikan banyak pengalaman dan menjadi keluarga bagi saya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 4 Agustus 2018



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Perilaku konsumen	8
2. Keputusan pembelian	8
3. Kualitas produk	13
4. Promosi	14
5. Kualitas pelayanan	15
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Hipotesis.....	18
D. Kerangka Pemikiran.....	21

BAB III	METODE PENELITIAN	22
A.	Jenis Penelitian	22
B.	definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
C.	Data dan Sumber Data	25
D.	Metode Pengumpulan Data	25
E.	Desain Pengambilan Sampel	27
F.	Metode Analisis Data.....	28
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A.	Gambaran Umum Perusahaan	34
B.	Deskripsi Data	35
C.	Uji Instrumen Penelitian	43
D.	Uji Asumsi Klasik.....	46
E.	Uji Hipotesis	48
F.	Pembahasan	52
BAB V	PENUTUP	55
A.	Kesimpulan.....	55
B.	Keterbatasan Penelitian.....	56
C.	Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Menurut Usia	36
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan	37
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	37
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Menurut Pendapatan Perbulan.....	38
Tabel 4.6 Deskripsi Tanggapan Responden Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.7 Deskripsi Tanggapan Responden Promosi	40
Tabel 4.8 Deskripsi Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan	41
Tabel 4.9 Deskripsi tanggapan responden terhadap keputusan pembelian	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Promosi	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.15 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.18 Koefisien	49
Tabel 4.19 ANOVA	50
Tabel 4.20 Ringkasan Model.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen ...	9
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner Penelitian
Lampiran	2	Hasil jawaban Responden
Lampiran	3	Hasil frekuensi identitas responden
Lampiran	4	Hasil Uji Validitas
Lampiran	5	Hasil Uji Reabilitas
Lampiran	6	Hasil Uji Asumsi klasik
Lampiran	7	Hasil Uji Hipotesis

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian (Studi Kasus Toko Lesba Fanci). Penelitian menggunakan 100 responden dari konsumen *lesba fanci* dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu studi lapangan dengan penyebaran kuesioner secara personal. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memiliki beberapa temuan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi yang diberikan (*Ajusted R²*) sebesar 65,9% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan keputusan Pembelian*

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of product quality variables, promotion and quality of service to Decision Purchase Clothing (Case Study Store *Lesba Fanci*). Research using 100 respondents from consumer *lesba fanci* with sampling technique using convenience sampling. Data collection method used is field study with personal questionnaire distribution. The analysis used in this research is test instrument of research, test of classical assumption, multiple linear regression analysis test, t test, F test, and coefficient of determination (R^2). The results obtained from this study have several findings. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decision. Promotion has a positive and significant impact on purchasing decisions. The quality of service has a positive and significant effect on the purchasing decision, and simultaneously the product quality, promotion and service quality have significant influence on purchasing decision with contribution given (*Ajusted R*²) equal to 65,9% and the rest explained by other variable.

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