

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada DD Tour Organizer Malang)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Progam Studi Strata 1 pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

PUTRILIA PUSPITASARI
B 100 160 373

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada DD Tour Organizer Malang)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

PUTRILIA PUSPITASARI
B 100 160 373

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Basworo Dibyo, S.E., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada DD Tour Organizer Malang)**

Oleh:

PUTRILIA PUSPITASARI

B 100 160 373

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 15 Februari 2020
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Basworo Dibyo, S.E., M.Si.

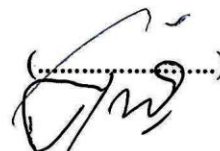
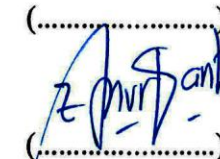
(Ketua Dewan Penguji)

2. Dra. Chuzaimah., M.M

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Sri Murwanti, S.E., M.M

(Anggota II Dewan Penguji)

()
()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



()
Dr. H. Samsudin, S.E., M.M)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 29 Juni 2020



PUTRILIA PUSPITASARI
B 100 160 373

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada DD Tour Organizer Malang)**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada DD Tour Organizer Malang). Sample dalam penelitian ini adalah sebanyak 46 responden pengguna layanan jasa DD Tour Organizer Malang dengan menggunakan keusioner sebagai pengumpulan data. Teknik pengambilan sample dengan metode *non probability sampling*. Analisis yang digunakan meliputi uji instrument data (uji validitas dan uji relaibilitas), analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel promosi dan kualitas pelayanan, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari uji F diperoleh hasil promosi dan kualitas pelayanan semuanya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari uji t diperoleh hasil promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : promosi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

Abstract

This study aims to determine the effect of promotion and service quality on consumer purchasing decisions (Case Study DD Tour Organizer Malang). The sample in this study were 46 respondents of DD Tour Organizer Malang service users using questionnaires as data collection. The sampling technique is using the non probability sampling method. The analysis used includes the instrument data test (validity test and the reliability test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing (F test, t test, coefficient of determination). From the results of the analysis using regression it can be seen that the promotion variables and service quality, all have a positive effect on consumer purchasing decisions. From the F test, the results of promotion and service quality all have a significant effect simultaneously on consumer purchasing decisions. From the t test, the results promotion and service quality have a significant effect on consumer purchasing decisions.

Keywords: promotion, service quality and purchasing decisions.

1. PENDAHULUAN

Usaha dalam bidang jasa seperti biro pariwisata di era saat ini sedang sangat berkembang pesat. Munculnya para pelaku usaha dalam bidang pariwisata seperti

pelaku usaha dalam agen perjalanan wisata, penyedia tempat wisata, pelaku bisnis kuliner dan pelaku bisnis penyedia layanan akomodasi penginapan seperti hotel, apartemen, villa dan guest house membuat persaingan dalam industri pariwisata semakin ketat. Pelaku industri di bidang pariwisata berlomba lomba untuk menyediakan dan memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen jasa wisata. Menurut (Lubis, 2017) Berlibur saat ini juga menjadi suatu kebutuhan penting bagi konsumen. Padatnya aktivitas sehari-hari, stress kerja, masalah rumah tangga dan sebagainya inilah yang menjadikan pergi berlibur adalah suatu kebutuhan penting. kebutuhan dan Gaya hidup konsumen inilah yang membuat banyak berdiri biro pariwisata saat ini.

Menurut (Anggriawan, Suardana, & Sendra, 2016) Biro Perjalanan Wisata (BPW) merupakan salah satu sarana pokok yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan sebagai konsumen dalam memudahkan melakukan perjalanan wisata. Biro perjalanan pariwisata memberikan pelayanan lengkap terhadap seseorang ataupun kelompok orang lain yang ingin melakukan perjalanan baik di dalam negeri atau luar negeri. Pelayanan ini meliputi transportasi dan akomodasi lainnya selama perjalanan maupun sampai di tempat tujuan.

Menurut (Kotler & Keller, 2009) menjelaskan bahwa perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan pelanggan, semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih, menggunakan, bahkan dalam mendisposisikan produk Bisnis Biro Pariwisata ini biasanya memberikan paket penawaran yang komplit. Hal ini menjadikan konsumen lebih yakin untuk melakukan suatu keputusan pembelian.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam biro perjalanan pariwisata ini adalah DD Tour Organizer Malang. DD Tour Organizer Malang spesialis di bidang paket tour yang utama di bidang akomodasi penginapan. DD Tour Organizer Malang melakukan beberapa upaya promosi, promosi yang bertujuan agar produk jasa yang ditawarkan dapat dikenal konsumen dan mudah tercipta keputusan pembelian konsumen. DD Tour Organizer Malang memberikan pelayanan yang baik dan nyaman. Kualitas pelayanan di dukung dari para pekerja yang ramah, komunikatif dan mampu memenuhi berbagai keinginan dari

konsumen. Kualitas layanan inilah yang akan membuat seorang konsumen merasa yakin saat akan melakukan suatu keputusan pembelian.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan layanan jasa DD Tour Organizer Malang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 46 responden. Dengan metode *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah teruji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinasi R^2 .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 23, mendapatkan hasil sebagaimana berikut:

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda dan Uji Koefisien Determinasi

Model	Unstandarlized Coefficients		standarlized coefficients	t	Sig.
	B	Std. error	B		
(Constan)	-0,936	0,971			0,341
Promosi	0,106	0,053	0,174	2,023	0,049
Kualitas Pelayanan	0,280	0,031	0,788	9,155	0,000
R			R Square		
0,925			0,848		

Sumber: Data diolah 2020

3.1.1 Regresi Linier Berganda

Model yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,936 + 0,106 X_1 + 0,280 X_2 + e \quad (1)$$

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwasanya promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig. sebesar $0,049 < 0,05$ sehingga H_a diterima. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Rika Yulianti (2016) mengenai Pengaruh Nulai-Nilai Agama, Kualitas Pelayanan Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin. Rika Yulianti menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan atas promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Peningkatan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan ini akan meningkatkan terjadinya suatu keputusan pembelian konsumen.

3.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwasanya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_a diterima. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Yulianto 2010 mengenai Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. FIF cabang Semarang. Yulianto menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini menunjukkan bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan atas kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen, Semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula terjadinya suatu keputusan pembelian konsumen.

3.2.3 Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil penelitian mengenai keterkaitan variabel independen terhadap keputusan pembelian konsumen pada DD Tour Organizer Malang, diperoleh hasil

bahwasanya nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($126,588 > 4,07$), maka H_0 ditolak. Penelitian ini menjelaskan bahwasannya terdapat hubungan yang signifikan secara simultan antara promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada DD Tour Organizer Malang.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada DD Tour Organizer Malang), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel Promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (pada signifikansi 0,049). Variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (pada signifikansi 0,000). Penelitian ini tentu banyak kekurangan. Menimbang ketidaksempurnaan yang terdapat dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran untuk menunjang peningkatan promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil dari uji F model penelitian menyatakan bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, perlu menjadi perhatian terhadap perusahaan untuk dapat meningkatkan kedua variabel tersebut untuk dapat meningkatkan terjadinya keputusan pembelian konsumen pada DD Tour Organizer Malang.

4.2 Saran

Penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan yang disebabkan oleh berbagai hal, salah satunya berkaitan dengan sampel penelitian. Jumlah Sampel yang digunakan mewakili hasil daripada penelitian. Sehingga diharapkan untuk dapat memperluas jangkauan penelitian serta menggunakan metode yang berbeda agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih variatif dan mengikuti perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, A. R., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya* ISSN: 2461-0593.
- Anggriawan, B., Suardana, I. W., & Sendra, I. M. (2016). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI IMPULSE BUYING WISATAWAN DOMESTIK TERHADAP PRODUK PARIWISATA DI BIRO PERJALANAN WISATA BALI. *Jurnal IPTA*. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i01.p18>
- Ariyanti, T., & Fuadati, S. R. (2014). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Penjualan Produk Di Pt . United Indo Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*.
- Cahyono, P. (2016). IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK JASA ASURANSI KECELAKAAN DAN KEMATIAN PADA PT. PRUDENTIAL CABANG LAMONGAN. *JURNAL MANAJEMEN*. <https://doi.org/10.30736/jpim.v1i2.28>
- Daud, D. (2013). PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PEMBIAYAAN PADA PT. BESS FINANCE MANADO. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Farida, T. (2016). Kotler dan Armstrong (2008: 98) menjelaskan bahwa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
- Hodijah, C. (2020). PENGARUH BAURAN PROMOSI (PROMOTION MIX) TERHADAP MINAT BACA ANGGOTA PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS WIDYATAMA BANDUNG. *Nusantara - Journal of Information and Library Studies*. <https://doi.org/10.30999/n-jils.v2i1.512>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.
- Laksana, F. (2008). Laksana, 2008.pdf. In *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*.
- Lubis, R. K. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan , Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Tour Di Pt Dior Travel Lubuk Pakam. *Jurnal Mantik Penusa*.
- Parerung, A., Adolfini, & Mekel, P. A. (2014). Disiplin, Kompensasi dan Pengembangan Karir Pengaruhnya terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Lingkungan Hidup Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, 2(4), 688–696.

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- Sumarauw, J., & Timbuleng, S. (2015). ETOS KERJA, DISIPLIN KERJA, DAN KOMITMEN ORGANISASI PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT HASJRAT ABADI CABANG MANADO. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Susilo, H. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Di Hotel Amanda Hills Bandung. *Ekonomi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik*.
- TAJUDIN, M. H., & MULAZID, A. S. (2017). PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN HAJI (MABRUR) BANK SYARIAH MANDIRI KCP. SAWANGAN KOTA DEPOK. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.32678/ije.v8i1.64>
- Weenas, J. (2013). KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.