

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CCTV PADA UD.AVTECH
HIKVISION CENTRE DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

RONNY KURNIAWAN.A

14116023

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2018

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CCTV PADA UD.AVTECH
HIKVISION CENTRE DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

RONNY KURNIAWAN. A

14116023

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2018



TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Ronny Kumiawan, A
NPM Falrultas : 14116023
Program Studi : Ekonomi
Judul Skripsi : Manajemen Pemasaran, Promosi Dan Barga
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian CCI, Pada UD.Avtecb ffikvision Centre Di Surabaya

SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
PENYUSUNAN SKRIPSI
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN



Pembimbing 1

(Lilik Indrawati, S.E,M.M.)

Tanggal : 2023/09/09

Mengetahui,
Ketua Program Studi

(Lilik Indrawati, S.E,M.M.)

Tanggal : 2023/09/09

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Ronny Kumiawan Aprila dengan NPM (14116023)

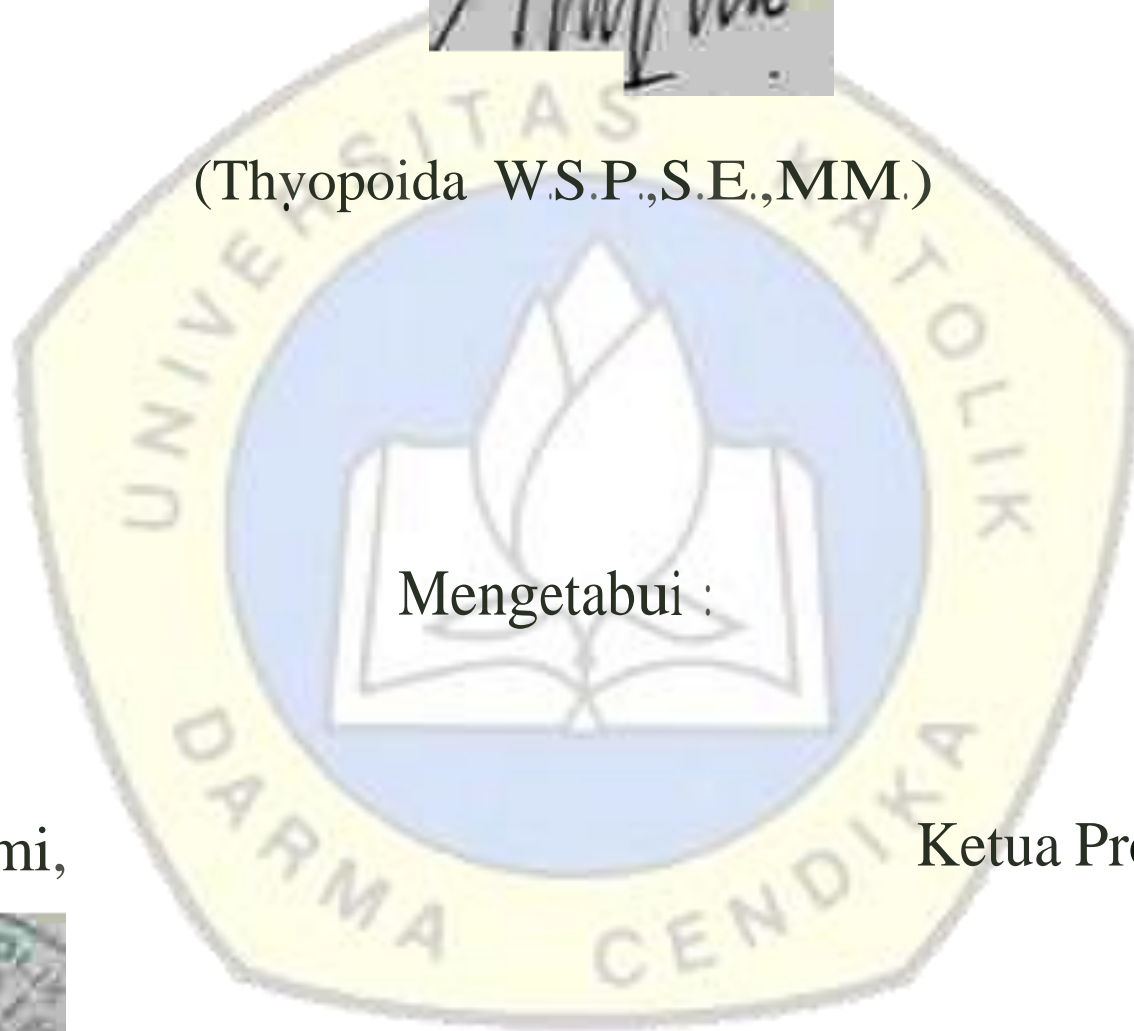
Telah diuji pada hari Selasa, Tanggal 24 Juli 2018

Dinyatakan LULUS oleh :

Ketua Tim Penguji



(Thyopoda W.S.P., S.E., MM.)



Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,



(Thyopoda W.S.P., S.E., MM.)

Ketua Program Studi,



(Lilik Indrawati, S.E., MM.)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul skripsi "Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi dan Jarak Tersebut terhadap Pembelian CCFV pada UD. Avteclik Hikvision Centre di Stasiun ...

Telah diuji dan dipertahankan dibadanya
Tun pengoski skripsij

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika
Program Studi Manajemen Pemasaran

Pada Hari Selasa, 24 Juli 2018

Disusun oleh:


Nama : Ronny Kwniawan Aprila
NPM : 14116023
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran



Tim Penguji :

Nama

1. Thyopoida W.S.P.,S.E.,M.M.

(Ketua) 

2. Lilik Indarawati, S.E. • MM

(Anggota) 

3. Ors. EC. Bruno Hami.,MM

(Anggota) 



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini: Nama

: Ronny Kurniawan Aprila Fak:ultas/ Prodi :

Ekonomi/ Manajemen Pemasaran Alamat Asli :

Lebak Jaya Utara SC. Kav 24C

No Indentitas : 3518161004950001

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul : "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian CCTV pada IIDIA,lecll Hikvision Centre di Surabaya".

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, *working paper* atau, bentuk lain yang dipublikasikan secara ilmiah. Skripsi (Tugas Akhir) ini merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi *kalimat* dan desain penulisan.

Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Dharma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya) 08A 2018

Holland saya,



Ronny Kurniawan Aprila

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipersembahkan kehadirat Tuhan Yang Esa, karena berkat rahmat dan Kasih karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan proposal penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian CCTV pada UD.AVTECH HIKVISION CENTRE di Surabaya”.

Penyusunan laporan proposal penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Universitas Katolik Darma Cendika Jurusan Akuntansi. Penyusunannya dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Romo Dr.Yustinus Budi Hermanto MM. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya
2. Ibu Thyophoida W.S.P, S.E M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Ibu Lilik Indrawati, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya dan Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan masukan selama proses pembuatan skripsi.
4. Seluruh pihak UD.Avtech Hikvision Centre Surabaya
5. Papa dan Mama serta saudara-saudaraku tercinta yang selalu memberikan motivasi dan dukungan doa.

6. Kekasih Angela Linggo yang selalu menyemangati dalam proses pembuatan skripsi.
7. Sahabat-sahabat terbaikku Christianus Hadi Winjaya, Rully, Yanuar Pejuang, Farizky Rinaldy, Stefan Anggrat, Rio Iswantoro, yang senantiasa meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu dalam penyelesaian penyusunan proposal skripsi ini.
8. Teman-teman satu angkatan yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, canda dan tawa dan doa dalam penyelesaian penyusunan proposal skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan laporan proposal skripsi ini.

Walaupun demikian, dalam laporan penelitian ini, peneliti menyadari masih belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penelitian ini. Namun demikian adanya, semoga proposal skripsi ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua terutama bagi ilmu manajemen.

Surabaya, Desember 2017

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Kualitas Pelayanan	6
2.1.1.1 Pengertian Kualitas.....	6
2.1.1.2 Pengertian Pelayanan.....	6
2.1.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.1.4 Pentingnya Kualitas Pelayanan	8
2.1.1.5 Kesenjangan pada model Kaulitas Pelayanan.....	8
2.1.1.6 Dimensi Kualitas Pelayanan	10
2.1.1.7 Karakteristik Kualitas Pelayanan	13
2.1.2 Promosi.....	13
2.1.2.1 Pengertian Promosi.....	14
2.1.2.2 Tujuan Promosi	14

2.1.2.3 Bauran Promosi	15
2.1.2.4 Elemen-elemen Promosi	16
2.1.3 Harga	16
2.1.3.1 Pengertian Harga	16
2.1.3.2 Peranan Utama Harga	17
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga	17
2.1.3.4 Pentingnya Harga	18
2.1.3.5 Faktor yang mempengaruhi Harga	19
2.1.3.6 Indikator Harga	20
2.1.4 Keputusan Pembelian	20
2.1.4.1 Pengertian Keputusan	20
2.1.4.2 Penegrtian Keputusan Pembelian	20
2.1.4.3 Tahap-tahap Keputusan Pembelian	21
2.1.4.4 Dimensi yang mempengaruhi Keputusan Membeli	23
2.1.4.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Membeli	24
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel	25
2.1.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian....	25
2.1.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.1.5.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.2.1 Penelitian Terdahulu I	26
2.2.2 Penelitian Terdahulu II	27
2.2.3 Penelitian Terdahulu III.....	28
2.3 Rerangka Pemikiran	30
2.4 Kerangka Konseptual	31
2.5 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32

3.1 Obyek Penelitian.....	32
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	32
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2.2 Sumber Data	33
3.3 Variabel Penelitian	33
3.4 Definisi Operasional Variabel	34
3.4.1 Variabel Bebas	34
3.4.2 Variabel Terikat	35
3.5 Populasi dan Sampel	36
3.5.1 Populasi	35
3.5.2 Sampel	35
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6.2 Teknik Analisis Data	38
3.6.2.1 Uji Validitas	39
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	39
3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik	40
3.6.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.6.2.5 Koefisiensi Determinasi.....	41
3.6.2.6 Uji t.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	45
4.1.2 Struktur Organisasi UD AVTECH HIKVISION CENTRE.....	47
4.1.3 <i>Job Discription</i>	48
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	52
4.3. Pembahasan dan Analisa Data.....	54

4.3.1. Uji Instrumen Penelitian.....	54
4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	56
4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.3.4. Koefisien Diterminan	61
4.3.5. Uji t.....	63

BAB V PENUTUP 65

5.1 SIMPULAN..... 65

5.2 SARAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

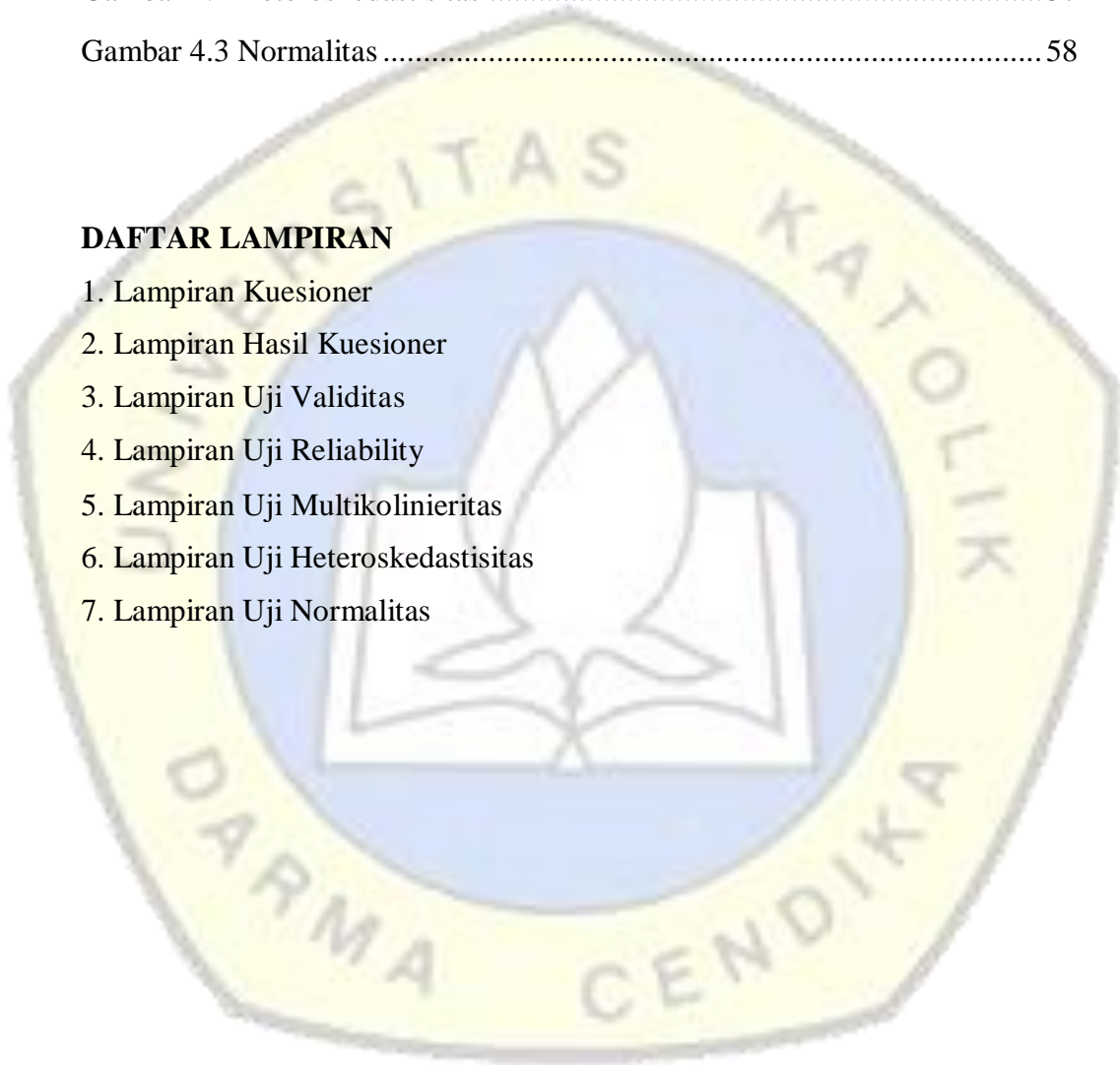
3.1 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	42
4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	53
4.3 Validitas.....	54
4.4 Reabilitas	55
4.5 Multikolinieritas.....	56
4.6 Normalitas	59
4.7 Regresi Linier Berganda.....	60
4.8 Koefisien Diterminan	62
4.9 Uji t.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model kualitas pelayanan.....	10
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran.....	30
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD.Avtech Hikvision Centre	47
Gambar 4.2 Heteroskedastisitas	57
Gambar 4.3 Normalitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Kuesioner
2. Lampiran Hasil Kuesioner
3. Lampiran Uji Validitas
4. Lampiran Uji Reliability
5. Lampiran Uji Multikolinieritas
6. Lampiran Uji Heteroskedastisitas
7. Lampiran Uji Normalitas



ABSTRAK

Oleh

RONNY KURNIAWAN APRILA

Era globalisasi bisnis saat ini, perusahaan saling berkompetensi, terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama. Keputusan pembelian konsumen berminat membeli adalah salah satu faktor utama yang menjadi target perusahaan untuk menarik konsumen baru dan pemakaian jasa kembali. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada UD.Avtech Hikvision Surabaya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Responden pada penelitian ini berjumlah 75 orang, penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability samples*. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dimana nilai $t_{hitung} (1,772) < t_{tabel} (1,99394)$ dengan nilai signifikan $0,081 > 0,05$. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dimana nilai $t_{hitung} (0,216) < t_{tabel} (1,99394)$ dengan nilai signifikan $0,830 > 0,05$. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dimana nilai $t_{hitung} (3,203) > t_{tabel} (1,99394)$ dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Setelah serangkaian uji yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *kualitas pelayanan, promosi, harga, keputusan pembelian*

ABSTRACT

By
RONNY KURNIAWAN APRILA

The current era of business globalization, companies are competent, especially companies engaged in the same field. The purchasing decision of consumers interested in buying is one of the main factors that are targeted by the company to attract new consumers and re-use services. The purpose of the study is to determine the effect of service quality, promotion and price on purchasing decisions at UD.Avtech Hikvision Surabaya. The approach used in this study is quantitative using a questionnaire as a data collection tool. Respondents in this study amounted to 75 people, the determination of the sample in this study using non probability samples techniques. Based on the results of data processing it can be said that the Service Quality does not significantly influence the Purchase Decision where the value of t arithmetic (1.772) < t table (1.99394) with a significant value of 0.081 > 0.05. Promotion does not have a significant effect on the Purchase Decision where the value of t arithmetic (0.216) < t table (1.99394) with a significant value of 0.830 > 0.05. The price has a significant effect on the Purchase Decision where the value of t arithmetic (3.203) > t table (1.99394) with a significant value of 0.002 < 0.05. After a series of tests that have been carried out, the conclusion is that service quality does not affect purchasing decisions, promotion does not affect purchasing decisions and prices have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *service quality, promotion, price, purchase decision*

