

**PENGARUH HARGA, LOKASI, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI FOOD EXCHANGE NOVOTEL SAMATOR SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

HERNA EFRADA
16110035



**PRODI MANAJEMEN PERHOTELAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2020**

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan
dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Dharma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.


Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Dharma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang di tulis oleh Herna Efrada Sitanggang dengan NPM 16110035

Telah diuji pada hari jumat, 07 Agustus 2020

Dinyatakan LULUS oleh :

Ketua Tim Pengaji


Dr. Maria Widyaastuti, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi


Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan.,M.M.


Lilik.Indrawatim.,S.E.,M.M.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama

Herna Efrada Sitanggang

NPM

: 16110035

Fakultas

: Ekonomi

Prodi

: Manajemen Perhotelan

Judul

: Pengaruh Harga Lokasi Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Food Exchange Novotel Samator Surabaya

Pembimbing

Tanggal :

(Drs.Bruno Hami Pahar, M.M.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Tanggal :

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA LOKASI PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI FOOD EXCHANGE NOVOTEL SAMATOR SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen Perhotelan

Pada Hari Tanggal Juli 2020

Disusun oleh :

Nama : Herna Efrada Sitanggang

NPM : 16110035

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Perhotelan

Tim Pengaji :

Nama :

1. Dr. Maria Widyaastuti, M.M.

2. Dr. V Ratna Ingawati, M.M.

3. Drs. Ec. Bruno Hami , M.M.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Herna Efrada Sitanggang
NPM : 1611035
Alamat Asli : Sumbul Karo
No. Identitas (KTP) : 1211036609970001

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Food Exchange Novotel Samator 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 di publikasikan secara umum. Skripsi ini sepenuhnya 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 hal yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan. Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan. Demikian pernyataan ini, saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, Agustus 2020

Hormat Saya,



Herna Efarada Sitanggang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Food Exchange Novotel Samator Surabaya ”** Proposal ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih Sarjana Ekonomi (S.E.) program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan ini berjalan, penulis menyadari bahwa tidak luput dari banyak kendala yang dialami. Kendala tersebut dapat diatasi karena adanya bantuan dari banyak pihak yang terlibat didalamnya, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Dr.Y.Budi Hermanto,M.M. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Dr.Thyophoida W.S.Panjaitan.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.
3. Lilik Indrawati,S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika.
4. Drs. EC. Bruno Hami Pahar, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu,tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan maupun saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa.
6. Orang tua dan keluarga besar, yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

7. Seluruh Teman yang telah memberikan dukungan berupa moral dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Penulis telah berusaha dalam menyusun skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.



DAFTAR ISI

COVER

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| ABSTRACT | xiv |

| | |
|--------------------------------|----------|
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
|--------------------------------|----------|

| | |
|------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat | 7 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 7 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 7 |

| | |
|-------------------------------------|----------|
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
|-------------------------------------|----------|

| | |
|---------------------------------------|----|
| 2.1 Landasan Teori | 8 |
| 2.1.1 Harga | 8 |
| 2.1.1.1 Pengertian Harga | 8 |
| 2.1.1.2 Tujuan Penetapan Harga..... | 8 |
| 2.1.1.3 Strategi Penetapan Harga..... | 9 |
| 2.1.2 Lokasi | 11 |



| | |
|---|-----------|
| 2.1.2.1 Pengertian Lokasi | 11 |
| 2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi dalam pertimbangan Lokasi | 11 |
| 2.1.3 Promosi..... | 12 |
| 2.1.3.1 Pengertian Promosi..... | 12 |
| 2.1.3.2 Bauran Promosi | 12 |
| 2.1.4 Kualitas Pelayanan | 13 |
| 2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan | 13 |
| 2.1.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan | 14 |
| 2.1.4.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan | 15 |
| 2.1.5 Keputusan Pembelian Konsumen..... | 17 |
| 2.1.5.1 Peran konsumen dalam Keputusan Pembelian | 17 |
| 2.1.5.2 Proses Pembelian Keputusan Konsumen..... | 18 |
| 2.1.6 Pengaruh Variabel Independent (X) terhadap Variabel Dependen (Y) .. | 18 |
| 2.1.6.1 Pengaruh Harga Terhadap keputusan Pembelian | 18 |
| 2.1.6.2 Pengaruh Lokasi Terhadap keputusan Pembelian | 19 |
| 2.1.6.3 Pengaruh PromosiTerhadap keputusan Pembelian..... | 19 |
| 2.1.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian | 19 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 19 |
| 2.3 Rerangka Pemikiran | 25 |
| 2.4 Kerangka Konseptual | 26 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 28 |
| 3.1 Obyek Penelitian | 28 |
| 3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data | 28 |
| 3.3 Variabel Penelitian | 29 |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya | 31 |
| 3.5 Populasi dan Sampel | 33 |
| 3.5.1 Populasi | 33 |
| 3.5.2 Sampel | 34 |

| | |
|---|-----------|
| 3.6 Metode dan Teknik Analisa Data..... | 35 |
| 3.6.1 Metode Penelitian..... | 35 |
| 3.6.2 Teknik Analisis Data | 37 |
| 3.6.2.1 Analisis Deskriptif | 37 |
| 3.6.2.2 Uji Validitas | 38 |
| 3.6.2.3 Uji Reliabilitas | 39 |
| 3.6.2.4 Koefisien Determinasi | 40 |
| 3.6.2.5 Uji Asumsi Klasik | 41 |
| 3.6.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda | 43 |
| 3.6.2.7 Uji t | 44 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN..... | 45 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 41 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian..... | 48 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden | 49 |
| 4.3 Pembahasan dan Analisa Data | 52 |
| 4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif | 52 |
| 4.3.2 Hasil Uji Validitas | 59 |
| 4.3.3 Hasil Uji Reliabilitas | 61 |
| 4.4 Hasil Koefisien Determinasi | 62 |
| 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 63 |
| 4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 66 |
| 4.7 Hasil Uji t | 68 |
| BAB V PENUTUP..... | 72 |
| 5.1 Simpulan | 72 |
| 5.2 Saran..... | 73 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian I..... | 20 |
| Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian II | 22 |
| Tabel 2.3 Perbedaan Penelitian III | 23 |
| Tabel 2.4 Perbedaan Penelitian IV | 24 |
| Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Skala Likert | 37 |
| Tabel 3.2 interpretasi koefisien Determinan | 40 |
| Tabel 4.1 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| Tabel 4.2 Tabel Responden Berdasarkan usia | 50 |
| Tabel 4.3 Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan | 51 |
| Tabel 4.4. Tanggapan Responden Variabel Harga(X1)..... | 54 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Lokasi (X2)..... | 55 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Promosi (X3) | 56 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X4) | 57 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian Y) | 58 |
| Tabel 4.9 Hasil uji Validitas..... | 60 |
| Tabel 4.10 Hasil uji Reliabilitas..... | 61 |
| Tabel 4.11 Hasil Koefisien Detrminasi | 62 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas | 64 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 66 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji t | 68 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran | 25 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual | 26 |
| Gambar 4.1 Food Exchange Restoran | 45 |
| Gambar 4.2 Uji Normalitas | 63 |
| Gambar 4.3 Uji Heteroskedasitas | 65 |
| Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Variabel (X1)..... | 69 |
| Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Variabel (X2) | 69 |
| Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Variabel (X3)..... | 70 |
| Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Variabel (X4) | 71 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran I Kuesioner Penelitian | 77 |
| Lampiran II Data Kuisioner | 80 |
| Lampiran III Karakteristik Responden..... | 85 |

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.
Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



ABSTRAK

Perkembangan restoran di Indonesia saat ini semakin pesat membuat para pengusaha di bidangnya saling berlomba untuk merebut perhatian dari target market mereka. Untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan konsumen, maka setiap restoran selalu berusaha untuk memberikan layanan terbaik mereka. Hal ini menyebabkan persaingan yang ketat dalam merebut pasar konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada foot exchange Novotel Samator Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dan menggunakan jenis data primer yang dikumpulkan dari kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan di Food Exchange Novotel Samator Surabaya dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 26 adalah sebagai berikut, nilai koefisien determinasi yang dilihat dari adjusted r square sebesar 0,381 atau 38,1% menunjukkan bahwa kontribusi antara harga, lokasi, Promosi dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan Pembelian memiliki hubungan yang sedang. Hasil uji t dalam penelitian ini menghasilkan, secara parsial variabel Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian. Sedangkan variabel harga dan Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *harga, lokasi, promosi, kualitas layanan, keputusan pembelian*



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

ABSTRACT

The development of restaurants in Indonesia is currently increasing rapidly, making entrepreneurs in their fields compete with each other to grab the attention of their target market. To fulfill the consumer's needs, every restaurant always tries to provide their best service. This causes intense competition in seizing the consumer market. The purpose of this study was to determine the effect of price, location, promotion and service quality on purchasing decisions at the Novotel Samator Surabaya foot exchange. This research is a descriptive quantitative study and uses primary data types collected from a questionnaire. The population of this study were customers at the Food Exchange Novotel Samator Surabaya with a sample size of 100 respondents. Based on the results of research conducted using SPSS 26 are as follows, the value of the coefficient of determination as seen from the adjusted r square of 0.381 or 38.1% indicates that the contribution between price, location, promotion and service quality to purchasing decisions has a moderate relationship. The results of the t test in this study produce, partially the location and service quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, price and promotion variables have no effect on purchasing decisions.

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

