



**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN JASA  
FOTOGRAPHY (STUDI KASUS KEVAN PHOTOGRAPHY)**

**SKRIPSI**

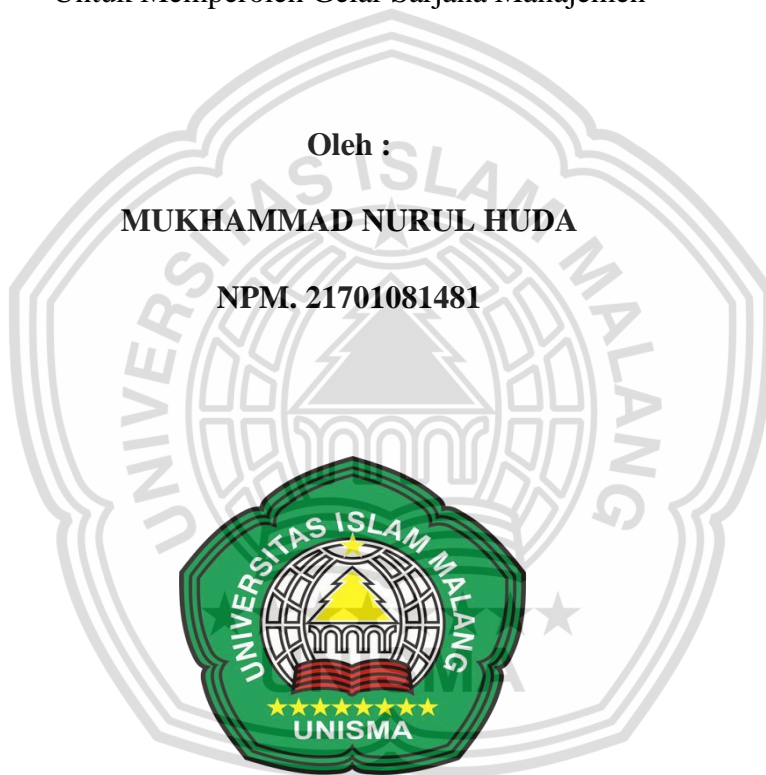
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

**MUKHAMMAD NURUL HUDA**

**NPM. 21701081481**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PRODI MANAJEMEN**

**2022**

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN JASA FOTOGRAHY (STUDI KASUS  
KEVAN PHOTOGRAPHY)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

**MUKHAMMAD NURUL HUDA**

**NPM. 21701081481**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2022**



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dan pengumpulan data sekunder menggunakan survey terhadap konsumen yang berkunjung di Kevan Photography, Pasuruan. tercatat ada 72 konsumen sebagai populasi. menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh Promosi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan pembelian, Harga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan pembelian, Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan pembelian**





## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of promotion, price, service quality on purchasing decisions. Primary data collection using questionnaires and secondary data collection using a survey of consumers who visited Kevan Photography, Pasuruan. there were 72 consumers as a population. using purposive sampling technique with criteria.*

*The results in this study indicate that there is a partial effect of promotion on purchasing decisions, price partially affects purchasing decisions, service quality partially affects purchasing decisions.*

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



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Melihat di zaman sekarang ini, perusahaan pada umumnya menginginkan apa yang diproduksi dapat dipasarkan dengan lancar dan menguntungkan. Serta dunia sudah mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat pesat. Perkembangan yang paling terlihat jelas saat ini adalah kemajuan teknologi. Kemajuan Teknologi yang terus berkembang, misalnya Teknologi komputer yang dapat memudahkan usaha jasa seperti, Kevan Photography dalam mencetak foto sesuai keinginan pelanggan. (Alfiatul,2021)

Sektor perusahaan jasa mengambil peran penting dalam perekonomian Indonesia, terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen serta tuntutan untuk mendapatkan pelayanan terbaik. Melihat kenyataan dunia usaha sekarang telah banyak bergerak di bidang pelayanan jasa, khususnya dalam bidang jasa foto. Hal ini ditandai dengan maraknya jasa fotografi yang mempunyai tempat kerja yang tetap ataupun kerjanya sebatas panggilan saja. (Ririn, 2021)

Kevan Photography tidak hanya tempat mencetak foto dan pemotretan lewat kamera digital saja namun pada era modern bisa mencetak foto melalui telepon genggam serta memberikan pelayanan khusus bagi pelanggannya. Apabila Pelanggan tidak senang terhadap layanannya seperti keterlambatan menerima hasil Foto, foto yang tidak bagus (buram atau tidak jelas) hasil fotonya, maka Kevan Photography akan mengganti semua biaya dan mengulang kembali pemotretan atau pencucian Foto tanpa dipungut biaya apapun agar tidak berdampak pada Keputusan pembelian Kevan Photography. (Martha, 2021)

Dalam upaya merebut Pasar dan menarik minat Pembeli, Maka suatu Usaha Kevan Photography harus dapat memahami apa yang di inginkan pembelinya. Kegiatan Pemasaran merupakan hal yang sangat penting. Tanpa adanya kegiatan Pemasaran tersebut, Tujuan Perusahaan dan apa yang diinginkan pembeli tidak akan tercapai. Setiap Perusahaan berusaha untuk unggul dari Perusahaan lain dan bersaing untuk mempengaruhi Keputusan Pembelian. (Shendy, 2018)

Keputusan pembelian adalah suatu proses *pengintegrasian* yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan evaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya. Akan tetapi keputusan pembelian konsumen bukan merupakan tujuan akhir dari perusahaan untuk menjangkau konsumen, melainkan perusahaan harus dapat memastikan bahwa konsumen tersebut akan memilih produknya dan akan tetap loyal pada produk yang ditawarkan tersebut. (Sendy, 2018)

Promosi menjadi faktor selanjutnya yang dianggap mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Promosi merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan pada konsumen akan produk yang ditawarkan perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong (2017:77) Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu.

Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, tetapi melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Promosi yang dilakukan Kevan Photography melalui mulut ke mulut, media cetak dengan memasang spanduk di jalan raya dan media elektronik melalui sosial media seperti Facebook, Instagram dan WhatsApp. Promosi melalui sosial media dilakukan semenarik mungkin dengan tujuan

agar konsumen tertarik untuk membeli jasa yang ditawarkan oleh Kevan Photography. (Alfiatul, 2021)

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:73) Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya.

Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual oleh perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. (Faizi, 2017)

Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang wajib perusahaan miliki didalam menawarkan produk atau jasa karena dengan adanya kualitas pelayanan kepada konsumen, perusahaan dapat menilai kinerja yang telah dicapai. Kualitas pelayanan adalah perbandingan diantara kenyataan serta harapan konsumen, apabila kenyataan yang didapatkan melebihi yang diinginkan maka pelayanan tersebut berkualitas, sebaliknya apabila kenyataan yang diterima tidak seperti yang diinginkan maka pelayanan itu tidak berkualitas. Berkualitas tidaknya pelayanan bergantung pada kemampuan dalam memberi layanan dalam memenuhi harapan konsumen. (Ririn, 2021)

Perusahaan senantiasa berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan kualitas pelayanan prima yang terbaik kepada konsumen tetap dan tidak tetap seperti sikap dan perilaku serta sopan santun berbicara antara customer service dengan konsumen, merespon



dengan cepat keluhan konsumen apabila ditemukan kualitas produk tidak baik dengan cara mengganti produk yang baik, memberikan harga diskon atau harga khusus bagi konsumen tetap yang memiliki kuota penjualan lebih dari target yang ditentukan (Soehardi, 2021)

Dalam mengelola perusahaan jasa di butuhkan pengetahuan, keterampilan, dan manajemen khusus seperti pengetahuan tentang Photographer, trik gambar serta keterampilan mengolah gambar. Photographer juga harus benar-benar menguasai komputer dalam perograman photoshop yang dapat merubah gambar. Komputer visual dapat menghasilkan foto yang dibentuk seindah warna aslinya. (Alfiatul, 2021)

Berdasarkan wawancara pra penelitian bersama salah satu pelanggan Kevan photography. Kevan photography merupakan salah satu jasa foto di Pasuruan dan yang masih mampu bertahan meskipun banyak bermunculan para fotografer baru di kota Pasuruan, hal ini terbukti Kevan Photography tetap mampu bertahan dan berkembang disaat kondisi perkembangan dunia fotografi yang begitu pesat seperti sekarang ini.

Namun berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan terdapat beberapa hal yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam menggunakan jasa Kevan photography diantaranya kurang memiliki kepercayaan kepada konsumen dalam menawarkan jasanya dan patokan harganya sangat relatif tinggi, serta berdasarkan 18 responden menyatakan bahwa Kevan Photography mematokkan harga yang relatif tinggi di masa pandemi.

Dengan begitu, Harga akan menjadi pertimbangan konsumen atau pembeli dalam memutuskan suatu pembelian. Konsumen atau pembeli akan membandingkan harga dari menggunakan jasa photograpy dan menilai kesukaan harga tersebut dengan nilai atau manfaat yang di terima dari produk atau jasa serta jumlah uang yang dikeluarkan.

Beberapa litaratur yang meneliti keputusan pembelian menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan menurut

Alfiatul (2021), Sukimin (2021) dan Martha (2021). Berdasarkan yang melatar belakangi, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan jasa Kevan Photography”**.

### 1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Promosi, Harga dan kualitas Pelayanan Secara silmutan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan jasa Kevan Photography?
2. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian menggunakan jasa Kevan Photography?
3. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian menggunakan jasa Kevan Photography?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan jasa Kevan Photography?

### 1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti dapat menentukan sebuah tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui pengaruh Promosi, Harga dan kualitas Pelayanan Secara Silmutan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan jasa Kevan Photography
2. Untuk Mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian menggunakan jasa Kevan Photography
3. Untuk Mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian menggunakan jasa Kevan Photography

4. Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan jasa Kevan Photography

### 1.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik dari segi praktis maupun segiteoritis sebagai berikut:

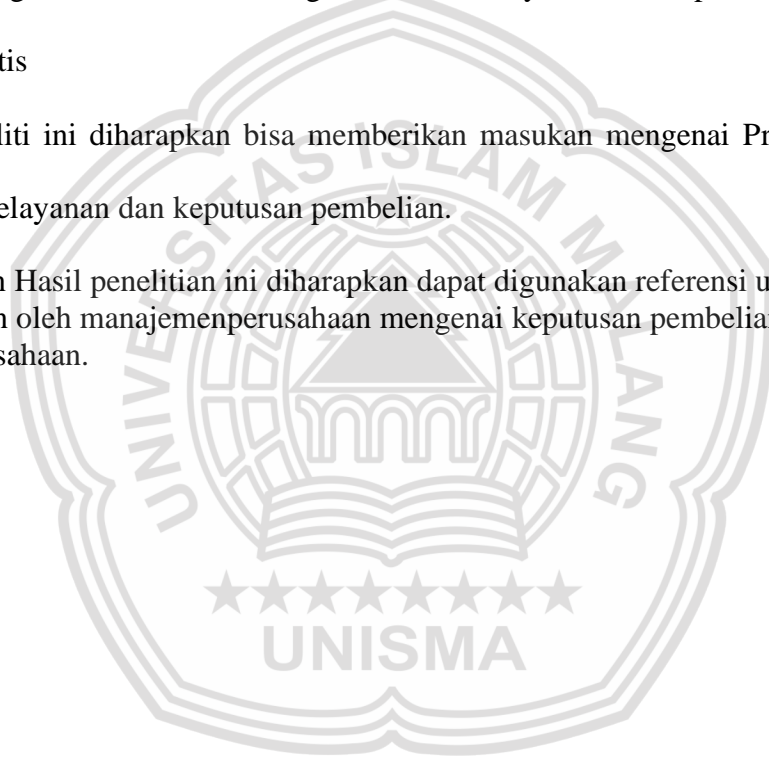
1. Manfaat Teoritis

Dapat memberi pengetahuan dan kontribusi pada pengembangan teori terutama penerapan pengetahuan Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan dan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti ini diharapkan bisa memberikan masukan mengenai Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan dan keputusan pembelian.

Bagi Pihak Perusahaan Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemenperusahaan mengenai keputusan pembelian guna untuk mengembangkan perusahaan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menganalisis pengaruh kecerdasan emosional, karakteristik pekerjaan dan motivasi terhadap kinerja karyawan dalam meningkatkan produktivitas, maka dapat disimpulkan :

- a. Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara silmutan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kevan Photography
- b. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada jasa Kevan Photography
- c. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada jasa Kevan Photography
- d. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada jasa Kevan Photography

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat banyak keterbatasan, sebagai berikut :

1. Peneliti hanya menggunakan tiga variabel bebas yaitu Promosi (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) dan satu variabel yang terikat yaitu Keputusan Pembelian
2. Keterbatasan observasi yang sementara online dengan menggunakan Google Form karena adanya wabah covid-19 serta untuk mematuhi protokol pemerintah.

#### 5.3 Saran

Adapun saran yang diberikan, antara lain:

a. Bagi pihak perusahaan :

Adapun jawaban terendah dari responden terkait item pertanyaan dari setiap variabel yang harus diperhatikan lagi oleh perusahaan :

1. Promosi

“iklan Jasa Kevan Photography mampu tersebar luas sehingga dapat mengetahui dengan mudah tentang jasa” . dengan rata-rata jawaban 3,90. Disarankan untuk pihak terkait agar bisa menyampaikan pesan promosi secara luas agar para konsumen dapat mengetahui jasa Kevan Photography.

2. Harga

“Kevan Photography Harganya terjangkau” . dengan rata-rata jawaban 4.03 Disarankan untuk pihak terkait agar harga yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

3. Kualitas Pelayanan

“Kevan Photography memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan” . dengan rata-rata jawaban 3,94. Disarankan untuk pihak terkait lebih memprioritaskan pelayanan dengan baik agar konsumen puas dalam memutuskan pembelian.

4. Keputusan Pembelian

“Saya mudah melakukan transaksi” . dengan rata-rata jawaban 4.01. Disarankan untuk pihak terkait lebih memperbanyak metode pembayaran seperti menggunakan Gopay, Shopeypay, dan Ovo agar mempermudah konsumen dalam bertransaksi.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk melakukan penelitian dengan objek yang berbeda karena variabelnya terbatas hanya pada Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan sedangkan masih banyak variabel-variabel



lain yang mempengaruhi kinerja Keputusan Pembelian seperti Kualitas Produk, Lokasi dan lainnya



## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Merek Frestea (Survey Pada Mahasiswa/i Program Studi Manajemen FEB UNPAS Bandung)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Fadel, (2021). *Pengaruh Promosi harga dan Kualitas Pelayananan terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa studio foto ((Studi kasus pada: Warung Production di Kota Padang)* (Doctoral dissertation, Universitas Bung Hatta).’
- Fauzi, A. 2017. *Pemasaran Internasional: Penganntar, Teori dan Konsep*. Edisi Pertama. Empatdua. Malang.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Cetakan Kedelapan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Istighfarin, Ririn. (2021). *Pengaruh Kualitas pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian McDonald's Taman Pinang di masa pandemic Covid-19*. *Jurnal ilmiah Universitas Islam Negeri sunan Ampel*. Vol.3 No.2, 116-128
- Kotler dan G. Chandra. 2016. *Sevice, Quality dan Satisfaction* Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler, P. dan Keller, KL. 2016. *Manajemen Pemasaran*. 15th Edition. Pearson Education. Inc.
- Kuncoro, Mudrajat. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta
- Martono, S. (2016). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada pembeli Online di instagram*. *Management Analysis Journal*, 5(1).
- Maulida, Alfiatul. (2021). *Pengaruh kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Zafi Studio di Mangaran Situbondo*. *Jurnal ilmiah fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Vol.19 No.2, 86-100
- Radinal, Faizi. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada Studio Foto Dienz Photography)*. *Jurnal ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. *Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Rahmat, Shendy. (2018). *Pengaruh Harga, promosi dan kualitas Pelaynan Terhadap Keputusan Pembelian Online di shopee.co.id*. *Jurnal ilmu dan riset Manjemen*. Vol.7, No.2
- Soehardi. (2021). *Faktor Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Turis di Tanjung Lesung Provinsi Banten*. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 21(2), 147–158.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.



Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Bisnis.

Sukimin. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota di Kota Balikpapan. Jurnal Geo Ekonomi fakultas manajemen. Vol.17, No.2*

Sumarwan, U. 2018. Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Universitas Terbuka. Tangerang Selatan.

Sunyoto, Y., & Sudarman, S. (2016). *Analisis pengaruh curen ratio, retur on equity dan debat to equity ratio terhadap dividen yield dan harga. JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi), 1(1), 1-14.*

Tjiptono, F. 2017. Strategi Pemasaran. Edisi Keempat. Andi Offset. Yogyakarta. Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2016. Service, Quality and Satisfaction. Edisi Keempat. Andi Offset. Yogyakarta

Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 1(2), 208*

