

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus pada CV. Jaya Distribusindo Abadi, Buduran - Sidoarjo)

SKRIPSI

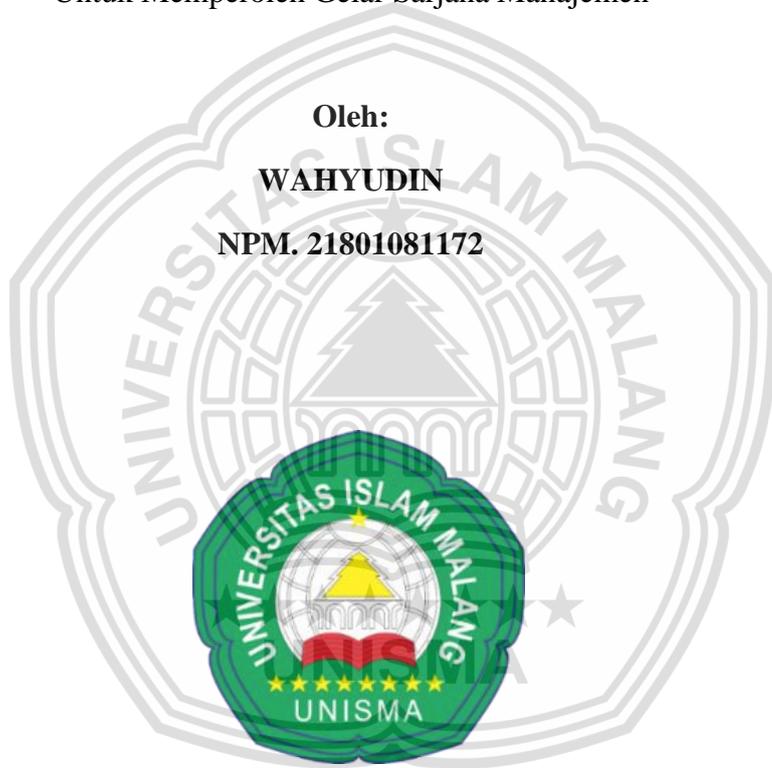
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

WAHYUDIN

NPM. 21801081172



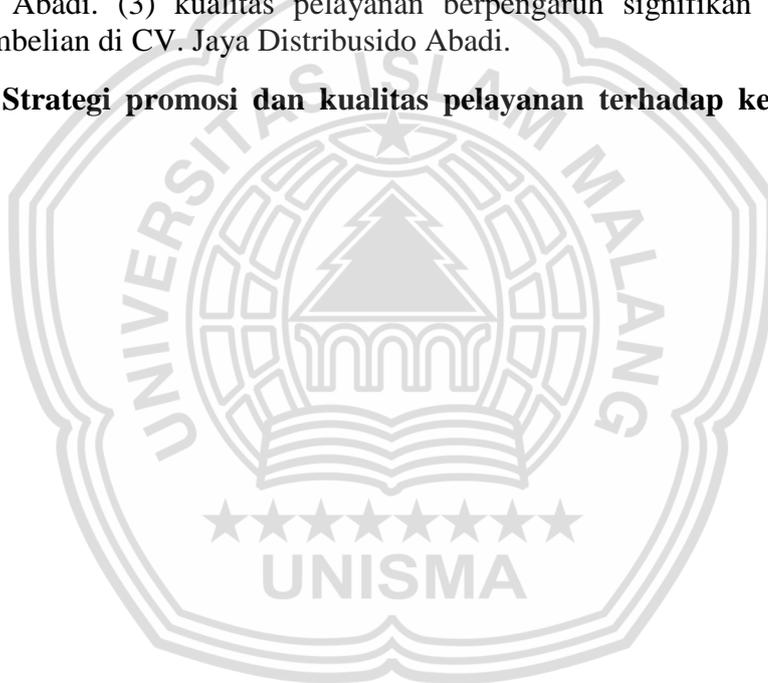
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2022

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi dan kualitas pelayanan serta untuk mengetahui pengaruh srategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian (*explanatory research*). Sampel penelitian ini adalah konsumen CV. Jaya Distribusindo Abadi dengan menggunakan rumus malhotra dihasilkan sebanyak 55 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan bantuan *SPSS 25.0 for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara strategi promosi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di CV. Jaya Distribusindo Abadi, sedangkan secara parsial (2) Strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CV. Jaya Distribusindo Abadi. (3) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CV. Jaya Distribusido Abadi.

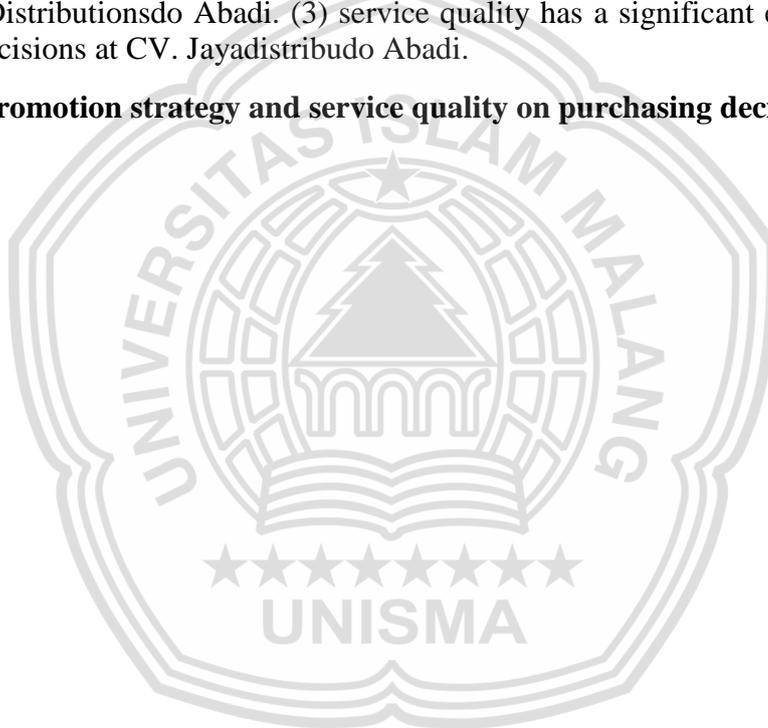
Kata kunci: Strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian



Abstract

The purpose of the study was to describe promotion strategies and service quality and to determine the effect of promotion strategies and service quality on purchasing decisions simultaneously and partially. This research method uses quantitative methods with this type of research (explanatory research). The sample of this research is consumer CV. Jaya Distributionsdo Abadi using the malhotra formula produced as many as 55 respondents. Methods of data collection using a questionnaire. The analytical method used in this study is multiple regression analysis with the help of SPSS 25.0 for windows. The results of this study indicate that: (1) simultaneously there is a significant influence between promotion strategy, service quality on purchasing decisions at CV. Jaya Distributionsdo Abadi. while partially (2) the promotion strategy has a significant effect on purchasing decisions at CV. Jaya Distributionsdo Abadi. (3) service quality has a significant effect on purchasing decisions at CV. Jayadistribudo Abadi.

Keywords: Promotion strategy and service quality on purchasing decisions



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Membaiknya perekonomian masyarakat Indonesia telah mengubah pola konsumsi dari sebagian masyarakat. Perubahan yang terjadi dan membaiknya perekonomian di Indonesia secara makro telah menciptakan peluang bagi pelaku perusahaan. Saat ini persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan selalu berinovasi dalam meningkatkan kemampuan pangsa pasarnya. Perusahaan yang ingin bertahan dalam industrinya, maka memerlukan penerapan strategi promosi yang efektif dan efisien.

Hayani (2012) menyatakan bahwa pemasaran sebagai salah satu kegiatan atau proses interaksi tentang pemenuhan keinginan serta kebutuhan konsumen yang berusaha dilakukan oleh perusahaan dengan sistem yang telah disesuaikan merupakan salah satu hal yang wajib diperhatikan bagi perusahaan-perusahaan yang ada saat ini jika ingin tetap bertahan di era persaingan ekonomi yang ketat. Keadaan pasar yang selalu berubah-ubah setiap saat, membuat perusahaan harus cepat tanggap akan keadaan yang ada dengan memperhatikan perkembangan yang dibutuhkan juga yang diinginkan oleh pasar itu sendiri. Melalui kegiatan pemasaran, perusahaan mempertahankan atau meningkatkan penjualannya, melalui keputusan pembelian konsumen.

Proses keputusan konsumen bukanlah berakhir dengan pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk yang dibeli tersebut. Keputusan pembelian dalam arti yang umum adalah *a decision is the selection of an option from two or more alternative choices* yaitu suatu keputusan seseorang dimana memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Keputusan pembelian menurut Nugroho (2012) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana telah memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

CV. Jaya Distribusindo Abadi adalah distributor pelayanan kesehatan nasional yang didirikan pada tahun 2017. Manajemennya berorientasi pada pelayanan yang baik kepada *client* maupun *principal*. CV. Jaya Distribusindo Abadi berkantor pusat yang terletak di Buduran – Sidoarjo dan didukung oleh 30 jaringan kantor cabang di seluruh Indonesia. CV. Jaya Distribusindo Abadi memiliki visi untuk menjadi trading company dan perusahaan distribusi favorit terutama dalam hal pelayanan melalui manajemen yang solid dan professional.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah promosi pembelian, dimana promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang atau jasa) kepada

masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, pembujukan, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang atau jasa yang dihasilkan untuk konsumen.

Beberapa hasil penelitian terdahulu, seperti penelitian dari Apriwati Sholihat (2018) yang menyatakan variabel promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan 5 terhadap keputusan pembelian dan penelitian dari Aptaguna (2016) yang menyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini berjudul **“PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. JAYA DISTRIBUSINDO ABADI, BUDURAN – SIDOARJO”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, maka ditemukan rumusan sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian?
2. Bagaimana pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tinjauan Penelitian

Dari rumusan masalah, diperoleh tujuan dari penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran yang dapat dimanfaatkan untuk menguatkan teori yang sudah ada dan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Selain itu dapat di jadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah yang sebaiknya diambil dalam mengatur strategi-strategi pemasaran di masa yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam hal strategi pemasaran terhadap CV. Jaya Distribusindo Abadi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengungkapkan sejauh mana keefektivitasan strategi promosi dan kualitas pelayanan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian bagi perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi dan memperbaiki sistem promosi dan kualitas pelayanan bagi perusahaan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi promosi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan pengujian pada uji F dapat disimpulkan bahwa secara simultan dapat pengaruh signifikan antara strategi promosi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di CV. Jaya Distribusindo Abadi.
- b. Berdasarkan pengujian pada uji t dapat disimpulkan bahwa strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CV. Jaya Distribusindo Abadi.
- c. Berdasarkan pengujian pada t dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CV. Jaya Distribusindo Abadi.

5.2 Keterbatasan

- a. Penelitian ini hanya menggunakan variabel strategi promosi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.
- b. Jumlah responden yang didapat hanya 55 responden.

5.3 Saran

Beberapa keterbatasan dapat mempengaruhi hasil penelitian dapat dijadikan bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya. Beberapa saran dari hasil penelitian ini adalah:

- a. Bagi perusahaan

CV. Jaya Distribusindo Abadi perlu harus meningkatkan strategi promosi penjualan, kualitas pelayanan karyawan, kualitas dari produknya mengingat kompetitornya semakin banyak untuk itu perlu adanya peningkatan tersebut.

- b. Bagi penelitian selanjutnya

1. Melakukan penambahan variabel kepuasan pelanggan.
2. Dapat dilakukan penambahan responden agar penelitian didapatkan hasil yang memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Dale Timpe, dkk. 2005. *Seri Ilmu dan Seni Manajemen Bisnis Kinerja*. Jakarta: Gramedia Asri Media.
- Alma Buchari, 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: C.V Alfabeta.
- AMOS 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Amstrong dan Kotler. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*.
- Apriwati Sholihat. 2018, *Pengaruh Promosi penjualan dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Krema Koffie*, Journal of Management FISIP Volume 5, Nomor.1
- Ardiansyah, E. dkk (2022). *Pengaruh Promosi Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Distro Dishcaven)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 11(05).
- Aziz, N. Adila, S. N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh minat beli pada konsumen Restoran KFC cabang khatib Sulaiman Padang*.
- Gary Amstrong dan Kotler. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program*
- Hamzah Ardian, Adhi. 2017. *Pelaksanaan Standarisasi Pelayanan Pariwisata Halal dalam Pengembangan Pariwisata di Nusa Tenggara Barat*. Pena Justisia: Media Komunikasi dan Kajian Hukum, Vol. 17, No, 2:1-16.
- Harahmi, Hayani 2012. *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*. Pekanbaru: Suska Press.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media
- Indriyo, Gitosudarmo. 2014. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. BPFY Yogyakarta.
- Istidjab, B. dkk. (2021). *Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di pt sarana bandar logistik*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 15(2), 75-82.
- Keller, K.L dan Kotler, P. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kevin Lane Keller, dkk. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Nugroho. (2012). *Keperawatan gerontik & geriatrik*, edisi 3. Jakarta: EGC

- Philip, Kotler. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Pitaloka, E, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. ISSN: 2337-7313. Vol. 3: 49- 56.
- Roger G, Schroeder. 2008. *Operations Management Contemporary Concepts and Cases. Fourth Edition*. USA: Mc Graw-Hill.
- Sofjan, Assauri. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.460 Hal.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto.Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Suriansha, R. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Memilih Program UNIPREP Bumi Serpong Damai DiTangerang Selatan*. Journal of Economics and Business UBS, 10(1), 89-99.
- Suyadi, Prawirosentono. (2007) *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Abad 21*: Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Trang, I. dkk (2018). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 6(4).