

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PANDA  
VAPE STORE MOJOKERTO**

**Skripsi**

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi*



Oleh:

**BIMA ATHALLAH ZULBIANSYAH**

**K.2018.1.34785**

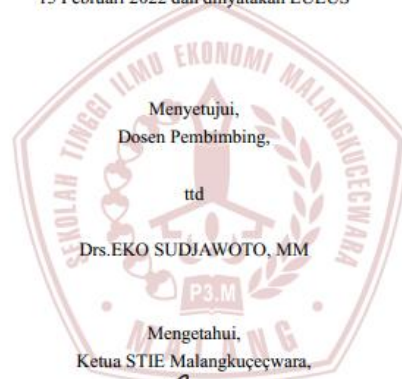
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUCECWARA  
MALANG  
2022**

# SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
PANDA VAPE STORE MOJOKERTO

Oleh:  
BIMA ATHALLAH ZULBIANSYAH  
K.2018.1.34785

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:  
15 Februari 2022 dan dinyatakan LULUS




Menyetujui,  
Dosen Pembimbing,

ttd

Drs.EKO SUDJAWOTO, MM

Mengetahui,  
Ketua STIE Malangkuçewara,



Drs.BUNYAMIN, M.M., Ph.D

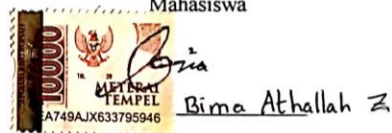
## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang,

Mahasiswa



NPK: K-2018.1.34785

## **SURAT KRANGAN RISET**

**Nomor: 0810210044513**

Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçęwara  
Malang menerangkan bahwa:

Nama : Bima Athallah Zulbiansyah  
NPK : K.2018.1.34785  
Program Studi : Manajemen  
Alamat :  
No HP :  
E-mail :

Adalah mahasiswa STIE Malangkuçęwara yang telah mengadakan riset dengan data diambil  
dari *Panda Vape Store Mojokerto*

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Panda  
Vape Store Mojokerto”

Dosen pembimbing : Drs. Eko Sudjawoto, MM

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 27 Januari 2022  
Responden



Achmad Burhanuddin Fanani

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji hanya milik Allah SWT berkat rahmat dan berkah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik dan lancar semata-mata tidak hanya usaha penulis sendiri, melainkan bantuan tulus dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Yulia Rufaida Fatmawati dan Bapak Beny Sasono. Terima kasih Mama dan Ayah yang telah mendukung Penulis dengan sepenuh hati serta memberikan doa yang tiada hentinya. *I Love You So Much!*
2. Bapak Drs. Bunyamin, MM., Ph.D selaku ketua STIE Malangkucecwara Malang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu di STIE Malangkucecwara.
3. Ibu Dra. Lindananty, MM selaku Kepala Jurusan Manajemen dan seluruh segenap civitas akademika yang selalu memberi ilmu pendidikan selama berkuliah dan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.
4. Ibu Dr.Rina Rahmawati, SE, MM, CAAC selaku dosen wali yang telah membantu penulis serta memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Drs.Eko Sudjawoto, MM selaku dosen pembimbing skripsi penulis telah membimbing penulis dengan sangat sabar dan selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh teman kelas D Manajemen yang telah memberikan dukungan luar biasa dan berjuang bersama dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner yang telah penulis berikan.

8. Adik kandung penulis, Kintani Zahra Labiba. Terima kasih telah menjadi *support system* terbaik untuk penulis. *Love u so much sist!*
9. Teman-teman kontrakan penulis, Dika, Yeremia, Huda, Iqbal, Difta, Rayhan, Rama, Ghulam, Sofyan, Fahmi, Ajik, Zidane, dan Rafi yang juga sama-sama berjuang untuk penyelesaian skripsi serta memberikan semangat satu sama lain.
10. Untuk seseorang yang bernama Sherina Oktavia Permatasari. Terima kasih telah menemani penulis dalam suka duka, membantu dan mendukung penulis dengan sangat luar biasa.
11. Panda Vape Store Mojokerto, memberikan izin kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.
12. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan untuk lulus tepat waktu.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kausalitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi dan kuisioner. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 Orang.

Berdasarkan hasil penelitian penelitian menunjukkan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel  $4,110 > 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,00 < 0,05$  maka promosi penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel  $4,371 > 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,00 < 0,05$  maka kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel ( $123,847 > 3,09$ ) dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$  maka promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Kata kunci : *Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.*

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of sales promotion and service quality on purchasing decisions. This type of research uses a quantitative causality method. In this study, researchers used several data collection techniques, namely observation and questionnaires. The number of samples used is 100 people.

Based on the results of the research, the results showed that  $t_{\text{arithmetic}} > t_{\text{table}}$   $4,110 > 1,985$  with a significant level of  $0.00 < 0.05$ , so sales promotion partially had a significant effect on purchasing decisions.  $t_{\text{arithmetic}} > t_{\text{table}}$   $4.371 > 1.985$  with a significant level of  $0.00 < 0.05$ , so the quality of service partially has a significant effect on purchasing decisions. And  $F_{\text{count}} > F_{\text{table}}$  ( $123.847 > 3.09$ ) with a significance of  $0.00 < 0.05$ , so sales promotion and service quality have a significant effect on purchasing decisions simultaneously.

*Key words : Sales promotion, Service Quality, Purchase Decision*



## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Panda Vape Store Mojokerto”. Skripsi ini sebagai persyaratan akademik agar mendapatkan gelar Strata-1 (S.E.) Program Studi Manajemen STIE Malangkecewara Malang.

Penulis menyadari sepenuhnya akan terbatasnya pemahaman, pengetahuan, dan wawasan yang penulis punyai sehingga dalam skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam penyajian materi, penulisan, dan juga penggunaan tata bahasa. Akhir kata, penulis berharap Skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi seluruh pihak yang membacanya.

Malang, 27 Januari 2022



Bima Athallah Zulbiansyah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	ii
SURAT KRANGAN RISET .....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Tinjauan Teori .....	6
2.1.1 Promosi Penjualan.....	6
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	9
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	10
2.3 Model Konseptual Penelitian .....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Jenis Penelitian .....	16
3.2 Populasi dan Sampel.....	16
3.2.1 Populasi.....	16
3.2.2 Sampel.....	16

3.3	Objek dan Sumber Data Penelitian.....	17
3.4	Variabel, Operasional, dan Pengukuran .....	18
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	19
3.5.1	Observasi.....	19
3.5.2	Kuisisioner .....	19
3.6	Metode Analisis.....	19
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>23</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	23
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	25
4.2.1	Analisis Deskriptif Promosi Penjualan (X1).....	25
4.2.2	Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X2) .....	28
4.2.3	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	31
4.3	Pengujian Model dan Pengujian Hipotesis .....	33
4.3.1	Uji Validitas .....	33
4.3.1.2	Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	34
4.3.2	Uji Realibilitas .....	35
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
4.3.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
4.3.5	Uji Hipotesis .....	38
4.4	Pembahasan .....	42
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>45</b>
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Saran .....	46
Daftar Pustaka .....		48
LAMPIRAN.....		50

## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1</i> .....	1
<i>Gambar 1.2</i> .....	2
<i>Gambar 2.2</i> .....	15
<i>Gambar 4.1</i> .....	24
<i>Gambar 4.2</i> .....	24

## DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2.1</i> .....	10
<i>Tabel 3.1</i> .....	19
<i>Tabel 4.1</i> .....	25
<i>Tabel 4.2</i> .....	28
<i>Tabel 4.3</i> .....	31
<i>Tabel 4.4</i> .....	33
<i>Tabel 4.5</i> .....	34
<i>Tabel 4.7</i> .....	35
<i>Tabel 4.8</i> .....	36
<i>Tabel 4.9</i> .....	37
<i>Tabel 4.10</i> .....	38
<i>Tabel 4.11</i> .....	39
<i>Tabel 4.12</i> .....	40
<i>Tabel 4.13</i> .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	50
Lampiran 2 Hasil Uji Deskriptif.....	54
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	59
Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas.....	61
Lampiran 5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
Lampiran 6 Hasil Uji Heterokedasititas.....	63
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64