



**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA, *BRAND IMAGE*, *CASHBACK* DAN KELENGKAPAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA ALFAMART)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

OLEH

MUHAMMAD IQBAL RIZQI

41218031

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2022



**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA, *BRAND IMAGE*, *CASHBACK* DAN KELENGKAPAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(STUDI KASUS PADA ALFAMART)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

OLEH

MUHAMMAD IQBAL RIZQI

41218031

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, HARGA, *BRAND IMAGE*, *CASHBACK* DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA ALFAMART)" Oleh:

Nama : MUHAMMAD IQBAL RIZQI

NIM : 41218031

PROGRAM STUDI : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di dewan penguji Skripsi pada tanggal 06 bulan September tahun 2022

DEWAN PENGUJI

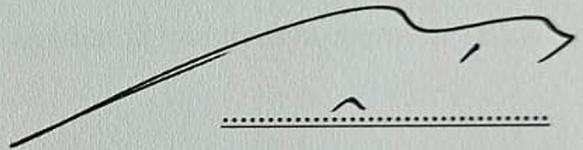
Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Dr. Kasdar Al Ade Saputa, M.Ag

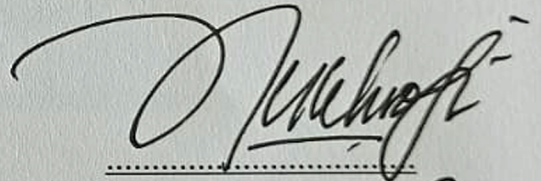
NIDN. 0405097406



Dosen Penelaah/Penguji I

Mukhroji, S.E.,M.M

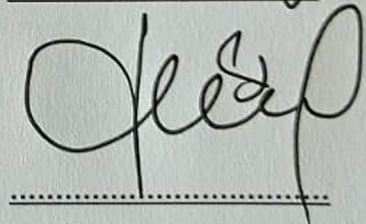
NIDN. 0621058902



Dosen Penelaah/Penguji II

Sarah Dien Hawa, SE.,M.Si

NIDN. 0622059001



Diterima dan disahkan

Pada tanggal 22 September 2022

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

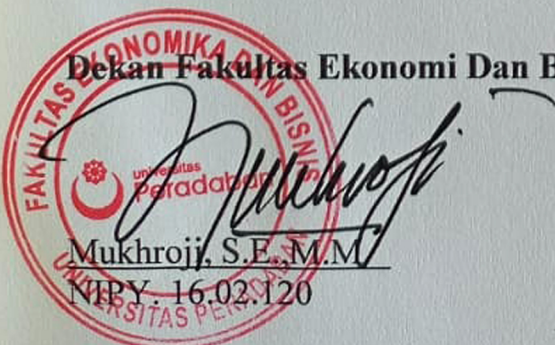
Ketua Jurusan Manajemen

Mukhroji, S.E.,M.M

NIPY. 16.02.120

Sarah Dien Hawa, S.E.,M.Si

NIPY. 16.01.101



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : MUHAMMAD IQBAL RIZQI

NIM : 41218031

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 15 September 2022

Yang membuat pernyataan



Muhammad Iqbal Rizqi
NIM: 41218031

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Dalam penyelesaian skripsi ini, beragam bimbingan, bantuan, dorongan, dan masukan yang penulis terima dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, secara tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban, serta dosen penguji skripsi penulis.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
4. Bapak Dr. Kasdar Al Ade Saputa, M.Ag selaku pembimbing skripsi saya yang dengan sabar dan telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dari penyusunan proposal sampai skripsi ini selesai.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada penulis. Segenap staf Universitas Peradaban, yang telah memberikan layanan kepada penulis.
6. Keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis dan prodi Manajemen Universitas Peradaban angkatan 2018.

7. Ayahanda Khadirin dan Ibunda Saadah ,serta kaka saya Muhammad Ikpi Aesi yang telah memberikan segalanya baik materi, doa, kasih sayang, motivasi, bimbingan, kesabaran, yang takkan tergantikan dengan apapun.
8. Sahabat-sahabatku Corosquad Ali, Luthfi, Gian, Fahmi, Lala untuk kesabaran, motivasi dan kebersamaan yang kalian berikan.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Semoga Allah SWT membelas dan merahmati setiap langkah mereka dengan kebaikan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua, atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini penulis haturkan banyak-banyak terimakasih.

Paguyangan, 15 September 2022

Penulis

Muhammad Iqbal Rizqi
NIM: 41218031

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan, harga, *brand image*, *cashback*, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Alfamart). Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Alfamart di seluruh wilayah Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara online melalui google form. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS v.22. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, kualitas pelayanan, harga, *brand image*, *cashback* dan kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Alfamart).

Kata kunci: promosi, kualitas pelayanan, harga, *brand image*, *cashback*, kelengkapan produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of promotion, service quality, price, brand image, cashback, and product completeness on purchasing decisions (case study on Alfamart). This research was conducted on Alfamart customers throughout Indonesia. The data used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires to respondents online via google form. The sample in this study were 96 respondents. The sampling technique used a non-probability sampling technique with a simple random sampling method. Data analysis used multiple linear regression analysis with the help of SPSS v.22. The results of the study showed that promotion, service quality, price, brand image, cashback and product completeness significantly influence purchasing decisions (case study on Alfamart).

Keywords: *promotion, service quality, price, brand image, cashback, product completeness, purchase decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN....	13
A. Telaah Pustaka	13
B. Perumusan Model Penelitian	29
C. Perumusan Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	47
A. Metode Penelitian	47
B. Teknik Analisis Data	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
A. Gambaran umum obyek penelitian.....	68
B. Analisis data dan pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
A. Kesimpulan.....	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional	51
Tabel 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 3. Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	71
Tabel 5. Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 6. Uji realibilitas.....	75
Tabel 7. jawaban responden untuk variabel keputusan pembelian (Y)	75
Tabel 8. Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi (X1)	78
Tabel 9. jawaban responden untuk variabel kualitas pelayanan (X2).....	79
Tabel 10. jawaban responden untuk variabel harga (X3)	82
Tabel 11. jawaban responden untuk variabel brand image (X4)	84
Tabel 12. jawaban responden untuk variabel <i>Cashback</i> (X5).....	85
Tabel 13. jawaban responden untuk variabel kelengkapan produk (X6).....	86
Tabel 14. Hasil regresi berganda.....	88
Tabel 15. Hasil Koefisien Determinasi	92
Tabel 16. Hasil Uji F	93
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnov	94
Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 19. Hasil Uji Multikolinieritas	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Ritel dengan Jumlah Gerai terbanyak di Indonesia Tahun 2021	4
Gambar 2. Perubahan Costumer Confidence Alfamart Tahun 2020-2022.....	5
Gambar 3. Data Penjualan Perusahaan Retail di Indonesia Tahun 2019-2021.....	6
Gambar 4. Data Laba Bersih Perusahaan Retail di Indonesia Tahun 2019-2021...	7
Gambar 5. top brand index Indonesia 2021	9
Gambar 6. Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 7. Grafik Normal <i>P-P Plot</i>	94
Gambar 8. Pola Grafik Scatterplot	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian	115
Lampiran 2. Tabulasi keputusan pembelian (Y)	120
Lampiran 3. Tabulasi variabel promosi (X1)	123
Lampiran 4. Tabulasi data kualitas pelayanan (X2)	126
Lampiran 5. Tabulasi data harga (X3)	129
Lampiran 6. Tabulasi brand image (X4)	132
Lampiran 7. Tabulasi cashback (X5)	135
Lampiran 8. Tabulasi kelengkapan produk (X6)	138
Lampiran 9. Hasil validitas variabel keputusan pembelian (Y)	141
Lampiran 10. Hasil uji validitas variabel promosi (X1)	142
Lampiran 11. Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X2)	143
Lampiran 12. Hasil uji validitas variabel harga (X3)	144
Lampiran 13. Hasil uji validitas variabel brand image (X4)	145
Lampiran 14. Hasil uji validitas variabel cashback (X5)	146
Lampiran 15. Hasil uji validitas variabel kelengkapan produk (X6)	147
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	148
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel promosi (X1)	149
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Variabel kualitas pelayanan (X2)	150
Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas Variabel harga (X3)	151
Lampiran 20. Hasil Uji Reliabilitas Variabel brand image (X4)	152
Lampiran 21. Hasil Uji Reliabilitas Variabel cashback (X5)	153
Lampiran 22. Hasil Uji Reliabilitas Variabel kelengkapan produk (X6)	154
Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	155

Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Deskriptif promosi (X1).....	157
Lampiran 25. Hasil Uji Analisis Deskriptif kualitas pelayanan (X2)	158
Lampiran 26. Hasil Uji Analisis Deskriptif harga (X3).....	160
Lampiran 27. Hasil Uji Analisis Deskriptif brand image (X4).....	162
Lampiran 28. Hasil Uji Analisis Deskriptif cashback (X5)	164
Lampiran 29. Hasil Uji Analisis Deskriptif kelengkapan produk (X6)	166
Lampiran 30. Hasil Analisis Descriptive Statistics.....	167
Lampiran 31. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	169
Lampiran 32. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	170
Lampiran 33. Hasil Uji Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	172
Lampiran 34. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P-Plot.....	173
Lampiran 35. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode <i>Glejser</i> dan <i>Scatterplot</i>	174
Lampiran 36. Hasil Uji Multikolinieritas.....	175
Lampiran 37. Riwayat Hidup Penulis	176