

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur, skripsi ini merupakan sebuah karya ilmiah yang penulis persembahkan untuk:

1. Orang tua Ayah dan Ibu, semangat, motivasi, pengorbanan, nasehat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.
2. Adiku Faiz Arrido, terima kasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.
3. Keluarga besar bapak suryadi, dan saudara, kerabat dan tetangga
4. Dosen Pembimbing terbaik dan terkeren ibu Dwi Artati S.E., Ak., CA., M.Si yang sudah membimbing serta memberi masukan dan saran selama ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman dekat saya Anggi Susilo, Jaka Firmansyah, Emiliya Susanto yang sudah menemani proses perjalanan hidup saya.
6. Rekan dekat saya Fadillah Nur Hikmah, selalu menjadi support system
7. Teman lama Wahyu Fitriana yang sudah memotivasi saya dari kekecewaan yang menginspirasi saya menjadi pribadi yang lebih baik.
8. Dosen Universitas Putra Bangsa yang telah mengajarkan banyak pengalaman dan ilmunya sampai saya di titik ini
9. Pak Dedy Triono yang sudah kasih kesempatan kolaborasi dan memberi banyak ilmu di dunia usaha dan marketing.
10. Nur Rohmah Tri Fajri yang telah mengajari saya dalam penelitian.

## ABSTRACTION

*This study aims to determine the effect of service quality, brand image and promotion on purchasing decisions. The research population is customers of Pringsewu Baturraden Restaurant, which is located in the Baturraden area, Banyumas. Data collection was carried out through distributing questionnaires to 100 respondents who had purchased products at the Pringsewu Baturraden Restaurant. The analysis techniques used in this study include validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing with the help of SPSS for Windows 25.0. The results of this study concluded that service quality partially has a significant effect on purchasing decisions, brand image partially affects purchasing decisions, promotion partially has a significant effect on purchasing decisions and service quality, brand image and promotion simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Service Quality, Brand Image, Promotion and Purchasing Decisions*



## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian adalah pelanggan Restoran Pringsewu Baturraden, yang terletak di wilayah Baturraden, Banyumas. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden yang pernah membeli produk di Restoran Pringsewu Baturraden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan bantuan *SPSS for Windows 25.0*. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan, citra merek dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Promosi dan Keputusan Pembelian



## KATA PENGANTAR

Dengan rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Penyayang, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan dan menganugrahkan kasih sayang, rezeki, dan kesehatan. Atas berkah, ridho dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Pringsewu Baturraden”. Shalawat serta salam penulis panjatkan untuk Nabi Muhammad SAW yang mengantarkan kita dari zaman kebodohan ke jaman yang terang benderang seperti sekarang ini, serta yang telah menjadi tauladan untuk umat Islam menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Skripsi ini tersusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan sekaligus pertanggungjawaban akhir penulis sebagai mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Putra Bangsa. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan kesalahan, maka dari itu, penulis dengan penuh kerendahan hati mengharapkan dan menerima saran dan kritikan dari berbagai pihak untuk dijadikan bahan masukan dan evaluasi untuk perbaikan dan kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya kerja keras, tanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini dan tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, serta kritik dan saran yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini

penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam dan tak terkira kepada :

1. Orang tua Ayah dan Ibu, semangat, motivasi, pengorbanan, nasehat serta Kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.
2. Adiku Faiz Arrido, terima kasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.
3. Dosen Pembimbing terbaik dan terkeren Ibu Dwi Artati, S.E., Ak., CA., M.Si. yang sudah membimbing serta memberi masukan dan saran selama ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Dosen Universitas Putra Bangsa yang telah mengajarkan banyak pengalaman dan ilmunya sampai saya di titik ini
5. Teman dekat saya Anggi Susilo, Jaka Firmansyah, Emiliya Susanto yang sudah menemani proses perjalanan hidup saya.
6. Rekan dekat saya Fadillah Nur Hikmah, selalu menjadi *support system*.
7. Teman lama Wahyu Fitriana yang sudah memotivasi saya dari kekecewaan yang menginspirasi saya menjadi pribadi yang lebih baik.
8. Pak Dedy Triono yang sudah kasih kesempatan kolaborasi dan memberi banyak ilmu di dunia busnis dan marketing.
9. Nur Rohmah Tri Fajri yang telah mengajari saya dalam penelitian.

Penulis juga menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan keterbatasan waktu, kemampuan dan pengetahuan penulis.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang dimiliki serta dari bimbingan dan arahan dosen pembimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Kebumen, 16 Juli 2024  
Penulis

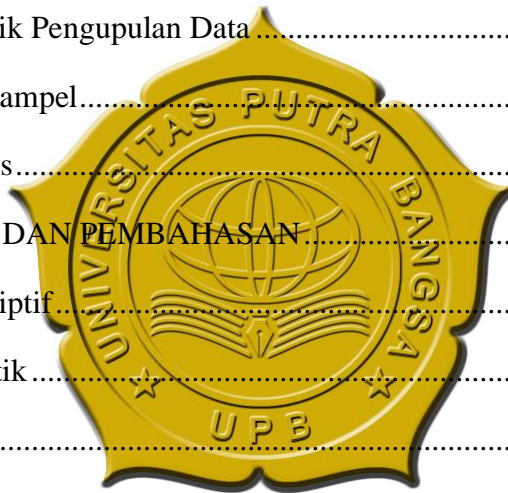


Rifqi Algianto  
NIM 205504284

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	12
2.1 Tinjauan Teori .....	12
2.1.1. Keputusan Pembelian .....	12
2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3. Citra Merek.....	19

2.1.4. Promosi .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4 Model Empiris .....	34
2.5 Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	36
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	36
3.3 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data .....	42
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5 Populasi dan Sampel.....	45
3.6 Teknik Analisis.....	46
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Analisis Deskriptif.....	56
4.2 Analisis Statistik .....	61
4.3 Pembahasan .....	78
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>83</b>
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Keterbatasan .....	84
5.3 Implikasi .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>2</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>6</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Tabel Penjualan Restoran Pringsewu Baturraden 2023 .....	2
Tabel II-1 Penelitian terdahulu.....	27
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuisioner Variabel Keputusan Pembelian...	37
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuisioner Variabel Kualitas Pelayanan.....	38
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Kuisioner Variabel <i>Citra Merek</i> .....	40
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Kuisioner Variabel Promosi .....	41
Tabel IV-I Jenis Kelamin Responden .....	58
Tabel IV-2 Usia Responden .....	58
Tabel IV-3 Pendapatan Responden.....	59
Tabel IV-4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	61
Tabel IV-5 Hasil Uji Variabel Kualitas Pelayanan.....	61
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	62
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	63
Tabel IV-8 Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian.....	65
Tabel IV-9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel IV-10 Uji Linear Berganda.....	69
Tabel IV-11 Hasil Hipotesis Uji Parsial (Uji t).....	72
Tabel IV-12 Hasil Uji F (Simultan).....	75
Tabel IV-13 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ).....	76
Tabel IV-13 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris .....	33
Gambar IV-1 Hasil Uji Heterokesdisitas .....	63
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas .....	67

