

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
WARUNG MAKAN MAK BENG SANUR**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
I Gusti Agung Bintang Pratiwi
NIM 2017041076**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2024**

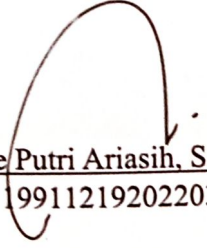
SKRIPSI

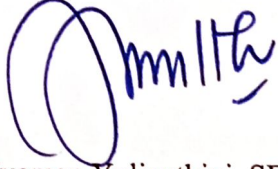
**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT – SYARAT
UNTUK MENCAPAI GELAR
SARJANA MANAJEMEN**

Menyetujui

Pembimbing I,

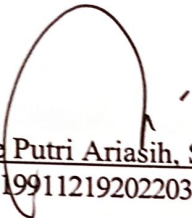
Pembimbing II,


Made Putri Ariasih, S.Si., M.M.
NIP. 199112192022032010

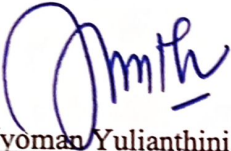

Ni Nyoman Yulianthini, SE., M.M
NIP.198207292010122003

Skripsi oleh I Gusti Agung Bintang Pratiwi ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 29 Juli 2024

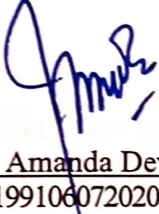
Dewan penguji,


Made Putri Ariasih, S.Si., M.M.
NIP. 199112192022032010

(Ketua)


Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

(Anggota)


Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada :

Hari : Senin
Tanggal : 29 Juli 2024

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Makan Mak Beng Sanur” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 31 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



I Gusti Agung Bintang Pratiwi

NIM. 2017041076

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatNya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Makan Mak Beng Sanur.** Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniaratha, S.E., Ak., M.Si, Ak., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A, selaku Ketua Jurusan Manajemen atas saran masukan serta motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
4. Made Amanda Dewanti, S.E.M.M, selaku Koordinator program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha atas saran masukan serta motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
5. Drs. I Wayan Cipta, M.M. selaku Pembimbing Akademik yang dengan segala tanggung jawab selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Made Putri Ariasih, S.Si., M.M sebagai Pembimbing I, yang dengan segala tanggung jawabnya, kesabaran dan semangat dan memberikan bimbingan, saran, arahan dan motivasi selama proses sampai dengan skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Ni Nyoman Yulianthini, SE., M.M selaku Pembimbing II yang dengan

sabar dan kesungguhan hati dalam membimbing penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.

8. Bapak dan ibu dosen pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal selama masa perkuliahan.
9. Kepada Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta semua staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan tentang perkuliahan.
10. Yang teristimewa Ni Putu Arsini (Ibu) selaku orang tua penulis tiada henti dalam memberikan motivasi dan nasehat berupa moral, material serta saudara saya Ratih, Linda dan Sri yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teman - teman kelas C Manajemen (Priya, Mangtri dan Yunita) dan juga teman - teman Manajemen angkatan 2020 yang turut memberikan motivasi dan atas kerjasama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Geng Durian Runtuh (Tiana, Hardia, dan Desak Yuliana) serta teruntuk Sanditya dan Meita selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Semua pihak yang terlibat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangannya pengetahuan di bidang manajemen Pemasaran.

Singaraja, 15 April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.1.2 Model Perilaku Konsumen.....	11
2.2 Keputusan Pembelian	11
2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian	11
2.2.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	12
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.3 Kualitas Produk	14
2.3.1 Definisi Kualitas Produk	14
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	15
2.3.3 Indikator Kualitas Produk	16
2.4 Promosi	17
2.4.1 Definisi Promosi	17
2.4.2 Faktor-Faktor Promosi	18
2.4.3 Indikator Promosi.....	18
2.5 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	19

2.6 Hubungan Antar Variabel	22
2.6.1 Hubungan Kualitas Produk dan Promosi terhadap keputusan Pembelian.....	22
2.6.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.6.3 Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.7 Kerangka Berfikir	24
2.8 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Rancangan Penelitian.....	27
3.2 Subjek Penelitian / Populasi dan Sampel.....	27
3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
3.4 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	29
3.4.1 Pengujian Instrumen Penelitian	30
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data	34
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.5.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	37
3.5.4 Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Usaha Warung Mak Beng Sanur	40
4.2 Deskripsi Data	40
4.3 Pengujian Asumsi Klasik	42
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda	44
4.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.4 Pengujian Hipotesis	47
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	47
4.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	48
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi.....	48
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	51

4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi.....	52
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	54
4.7 Implikasi Penelitian	55
BAB V PENUTUP	57
5.1 Rangkuman	57
5.2 Simpulan	58
5.3 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN	65



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Restoran Legendaris Dunia	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Pada Warung Mak Beng Sanur	4
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	19
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dalam Penelitian	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	32
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	34
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Kolmogorov Smirnov	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	43
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	45
Tabel 4.6 Hasil R <i>Square</i>	46
Tabel 4.7 Hasil Uji t	47
Tabel 4.8 Hasil Uji F	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian pada Warung Mak Beng Sanur	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-Plot</i>	42
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i>	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. <i>Review</i> Konsumen pada Goggle Maps.....	66
Lampiran 02. <i>Review</i> Konsumen pada Aplikasi Tiktok.....	67
Lampiran 03. Penjualan Pada Warung Mak Beng Sanur.....	68
Lampiran 04. Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 05. Hasil Data Likert Pertanyaan Responden Sampel Kecil X ₁	75
Lampiran 06. Hasil Data Likert Pertanyaan Responden Sampel Kecil X ₂	75
Lampiran 07. Hasil Data Likert Pertanyaan Responden Sampel Kecil Y	76
Lampiran 08. Hasil Data Likert Pertanyaan Responden Sampel Besar X ₁	77
Lampiran 09. Hasil Data Likert Pertanyaan Responden Sampel Besar X ₂	78
Lampiran 10. Hasil Data Likert Pertanyaan Responden Sampel Besar Y.....	79
Lampiran 11. Deskripsi Data Responden.....	80
Lampiran 12. <i>Output</i> SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas.....	81
Lampiran 13. <i>Output</i> SPSS Uji Asumsi Klasik.....	91
Lampiran 14. <i>Output</i> SPSS Uji Regresi Linier Berganda.....	93
Lampiran 15. Hasil <i>Output</i> Frekuensi Pernyataan Kuesioner pada Masing-masing Indikator Variabel.....	94
Lampiran 16. Foto Dokumentasi	103