

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN D'TOP FRIED
CHICKEN DI CARINGIN BOGOR**

SKRIPSI

Oleh :

Putriyah

2131150085



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA**

2025

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN D'TOP FRIED
CHICKEN DI CARINGIN BOGOR**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen (S.M) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kristen Indonesia

Oleh :

Putriyah

2131150085



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

JAKARTA

2025



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putriyah

NIM : 2131150085

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KULITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN D'TOP FRIED CHICKEN DI CARINGIN BOGOR” adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku dan jurnal acuan yang tertera didalam referensi acuan karya ilmiah saya.
2. Bukan duplikasi dari karya tulisan ilmiah yang telah dipublikasi atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera dalam jurnal acuan tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan diatas, maka skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 05 Februari 2025

(Putriyah)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN D'TOP FRIED CHICKEN DI
CARINGIN BOGOR”

Oleh :

Nama : Putriyah

Nim : 2131150085

Program Studi : S1 Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Satu/ pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 05 Februari 2025

Menyetujui,

Pembimbing 1

Pembimbing 2

(Rutman Lumbantoruan, SE., MM)

NIDN : 0313126403

Ketua Program Studi S1 Manajemen

(Jonny Siagian, S.E., MMA)

NIDN : 0301086104

(Netty Laura S, SE., MM)

NIDN : 0314048801

Dekan

(Dr. Ir. Kurni Silvanita Mangani, M.A.)

NIDN : 0015096301



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada tanggal 05 februari telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.

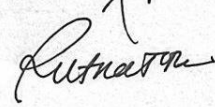
Nama : Putriyah

Nim : 2131150085

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KULITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN D'TOP FRIED CHICKEN DI CARINGIN BOGOR” oleh tim penguji yang terdiri dari :

Nama Penguji	Jabatan Dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
Fenny B.N.L Tobing, SE., MMA	Sebagai Ketua	
Carolina F. Sembiring, SE., MM	Sebagai Anggota	
Rutman Lumbantoruan, SE., MM	Sebagai Anggota	

Jakarta, 05 Februari 2025



PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putriyah

NIM : 2131150085

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Judul : "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN D'TOP FRIED CHICKEN CARINGIN BOGOR".

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta

Pada Tanggal 05 Februari 2025



(Putriyah)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang dengan rahmat dan kasih sayang-Nya, penulis diberikan kekuatan, kesabaran, dan kemampuan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian D'Top Fried Chicken di Caringin Bogor”. Penelitian ini dibuat dan disusun sebagai syarat yang harus penulis penuhi guna menempuh Sidang Ujian Sarjana serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Indonesia (FEB UKI).

Tiada daya dan upaya melainkan atas izin-Nya, sehingga setiap langkah dan proses yang penulis lalui menjadi berkah dan bermakna. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karna kesempurnaan hanya milik Allah Subhanahu wa Ta'ala dan masih masi terdapat kekurangan. Namun berkat bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak maka penulis dan penyusun skripsi dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Pada kesempatan kali ini dengan segala kere dahan dan ke tulusan hati, penulis mengucapkan rasa trimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu tercinta Aisyah yang selalu support dalam keadaan apapun dan sekaligus ayah dari anak - anaknya, selalu mengingatkan bahwa usaha yang kita lalukan bukan semata mata hanya untuk diri kita sendiri melainkan untuk orang yang berada di sekitar kita. Support yang tidak ada hentinya yang terus berjuang untuk anaknya membuat penulis termotivasi untuk bangkit lagi dan dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Kaka Sepuluh dan Adik Nova Alya yang selalu support dalam hal apapun dan memotivasi penulis agar bersemangat mengerjakan skripsi ini.
3. Bapak Abduloh yang memeberikan pelajaran hidup bahwa kita tidak dapat bergantung kepada laki - laki cinta pertama anak perempuannya, hidup adalah pilihan jika terus berlarut tidak akan ada kata bangkit dan memahami apa arti

hidup tanpa cinta pertama anak perempuannya. Membuat penulis termotivasi agar membuktikan bahwa kata bangkit dalam hidup penulis masih ada dan dalam proses pengerjaan skripsi.

4. Bapak Dr. Dhaniswara K. Hardjo, S.H., M.h., M.B.A. Selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
5. Ibu Dr. Ir Ktut Silvanita Mangani, M.A., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
6. Bapak Johnny Siagian, S.E. M.M., Pjs. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Bapak Rutman Lumbantoruan, SE., MM. selaku dosen pembimbing materi dan Ibu Netty Laura S, SE., MM. selaku dosen pembimbing teknis yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen dan staf Fakultas FEB UKI yang ikut serta membantu memberikan dukungan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini, semoga ilmu dan pengalaman yang diberikan dapat didedikasikan untuk kesuksesan penulis di hari-hari yang akan datang.
9. Om Richard Anggiat Siahaan, SE. selaku Pembina UKOM UKI yang sudah membimbing dan juga membina dan proses pembuatan skripsi ini, Bang Eko Sutrisno, dan Bang Abu Bakar selaku pelatih Futsal UKOM UKI, dan kepada seluruh anggota UKOM Futsal, Sepakbola atas dukungan dan masukan selama ini.
10. Teman – teman yang penulis sayangi Zahra, Galuh, Nisa, Kezia dan Naziah. Yang selalu memberikan saya motivasi bahwa hidup bukan hanya untuk hari ini dan memberikan pembelajaran untuk setiap harinya. Kebersamaan, suka duka yang telah di lewatkan begitu menyenangkan dan dalam proses pengerjaan skripsi ini.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	16
1.3 Batasan Masalah.....	17
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	17
1.5 Hipotesis Penelitian.....	17
1.6 Tujuan Penelitian.....	18
1.7 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1 Kajian Teori.....	19
2.1.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19
2.1.1.1 <i>Product</i>	19
2.1.1.2 <i>Price</i>	20
2.1.1.3 <i>Promotion</i>	20
2.1.1.4 <i>Place</i>	20
2.1.1.5 <i>People</i>	21
2.1.1.6 <i>Physical Evidence</i>	21
2.1.2 Kualitas Produk.....	22

2.1.3	Kualitas Pelayanan	24
2.1.4	Promosi	27
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	29
2.2	Hasil Penelitian yang Relevan.....	33
2.3	Kerangka Pikir.....	36
2.4	Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III	METODE PENELITIAN	40
3.1	Jenis dan Desain Penelitian	40
3.1.1	Jenis Penelitian	40
3.1.2	Desain Penelitian	40
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.3.1	Populasi Penelitian.....	44
3.3.2	Sampel Penelitian.....	44
3.4	Definisi Operasional Variabel	45
3.5	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	47
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5.2	Data dan Sumber Data	47
3.5.3	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.6	Validasi dan Reliabilitas.....	49
3.6.1	Uji Validitas	49
3.6.2	Uji Reliabilitas	49
3.7	Uji Asumsi Klasik	49
3.7.1	Uji Normalitas Data	49
3.7.2	Uji Multikolinearitas	50
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.9	Uji Hipotesis	51
3.9.1	Uji t (Parsial)	51
3.9.2	Uji F (Simultan)	52

3.10	Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Hasil Penelitian.....	54
4.1.1	Statistik Deskriptif	54
4.1.2	Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	56
4.1.2.1	Uji Validitas	56
4.1.2.2	Uji Reabilitas.....	60
4.1.3	Uji Asumsi Klasik	61
4.1.3.1	Uji Normalitas	61
4.1.3.2	Uji Multikolinearitas	62
4.1.3.3	Uji Heteroskedastisitas	63
4.1.4	Uji Analisis Statistik Deskriptif	64
4.1.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
4.1.6	Uji Hipotesis	82
4.1.6.1	Uji t (Parsial)	82
4.1.6.2	Uji F (Simultan)	85
4.1.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86
4.2	Pembahasan	87
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.2.3	Pengaruh Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian	89
4.2.4	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.3	Keterbatasan Penelitian	90
4.4	Implikasi Manajerial.....	91
BAB V	PENUTUP.....	93
5.1	Simpulan.....	93
5.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Kuesioner Pra Survei Promosi D'Top Caringin Bogor	12
Tabel 1. 2 Hasil Kuesioner Pra Survei Kualitas Pelayanan D'Top Caringin Bogor .	13
Tabel 1. 3 Hasil Kuesioner Pra Survei Kualitas Produk D'Top Caringin Bogor.....	14
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Time Line Penelitian	43
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 3. 3 Skala Likert Kuesioner Penelitian	48
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pertamakali Membeli	55
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	56
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	57
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Promosi (X3)	58
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolineritas.....	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Statistik Deskriptif	64
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Data Responden Pada Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X1)	65
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Data Responden Pada Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	68
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Data Responden Pada Kuesioner Variabel Promosi (X3) ..	72
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Data Responden Pada Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	76
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	81
Tabel 4. 16 Hasil Uji t	83
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	85
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Restoran Cepat Saji Internasional	2
Gambar 1. 2 Grafik Terhadap Restoran Lokal	3
Gambar 1. 3 Grafik Data Penjualan D'Top Fried Chicken Caringin Bogor	8
Gambar 1. 4 Grafik <i>Rating</i> Fried Chicken Caringin	9
Gambar 1. 5 Grafik <i>Rating</i> D'Top Berbagai Cabang.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	37
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	40
Gambar 3. 2 Alur Penelitian.....	42
Gambar 3. 4 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	51
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	100
Lampiran 2 Data Ordinal.....	107
Lampiran 3 Data Interval	119
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	131
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	140
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	141
Lampiran 7 Analisa Data.....	144
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	145



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis keputusan pembelian konsumen D'Top Fried Chicken di Caringin, Bogor dipengaruhi oleh kualitas produk, pelayanan, dan promosi. Latar belakang penelitian ini adalah penurunan signifikan penjualan D'Top Fried Chicken yang dipengaruhi oleh ketidakkonsistenan rasa, kualitas bahan baku, pelayanan yang kurang ramah, waktu tunggu yang lama, serta promosi yang belum optimal. Data pra-survei menunjukkan mayoritas konsumen merasa kurang puas terhadap aspek produk dan pelayanan, sementara upaya promosi belum sepenuhnya menjangkau target pasar. Sebanyak 50 responden dipilih melalui penggunaan purposive sampling dalam kuantitatif yang menggunakan metode survei ini. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji korelasi antara variabel dependen (keputusan pembelian) dan faktor independen (kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi). Temuan uji t menunjukkan bahwa, sampai batas tertentu, keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh promosi ($\text{sig} = 0,028$), kualitas pelayanan ($\text{sig} = 0,030$), dan kualitas produk ($\text{sig} = 0,043$). Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, temuan uji F simultan menunjukkan bahwa promosi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk semuanya secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Untuk meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan dalam industri makanan cepat saji yang kompetitif, penelitian menawarkan rekomendasi manajemen D'Top Fried Chicken tentang cara meningkatkan kualitas layanan, konsistensi kualitas produk, dan metode promosi.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze consumer purchasing decisions of D'Top Fried Chicken in Caringin, Bogor influenced by product quality, service, and promotion. The background of this study was a significant decline in D'Top Fried Chicken sales influenced by inconsistent taste, quality of raw materials, unfriendly service, long waiting times, and less than optimal promotion. Pre-survey data showed that the majority of consumers were dissatisfied with the product and service aspects, while promotional efforts had not fully reached the target market. A total of 50 respondents were selected through the use of purposive sampling in quantitative using this survey method. The data were analyzed using multiple linear regression to test the correlation between the dependent variable (purchase decision) and independent factors (product quality, service quality, and promotion). The t-test findings showed that, to some extent, purchasing decisions were positively and significantly influenced by promotion (sig = 0.028), service quality (sig = 0.030), and product quality (sig = 0.043). With a significance value of $0.000 < 0.05$, the findings of the simultaneous F test indicate that promotion, service quality, and product quality all significantly influence consumer purchasing decisions. To improve competitiveness and customer loyalty in the competitive fast food industry, the study offers recommendations to D'Top Fried Chicken management on how to improve service quality, product quality consistency, and promotion methods.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Promotion, Purchasing Decision*