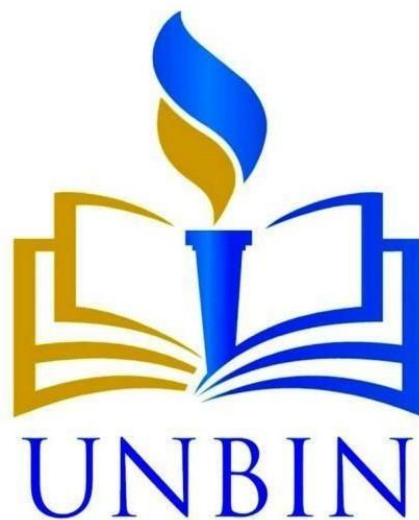


STRATEGI PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ALFAMART MELALUI PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN**



**RIZAL RAMADHANI AKBAR
NPM 19210104**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM
SARJANA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama: Rizal Ramadhani Akbar

Npm : S1-19210104

**Judul: Strategi Peningkatan Keputusan Pembelian Alfamart
Melalui Promosi dan Kualitas Pelayanan**

DiSetujui,

Dosen Pembimbing

Mohammad Wartaka, S.Kom.,M.M

Mengetahui,

Ketua Prodi

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan izin-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul “Strategi Peningkatan Keputusan Pembelian Alfamart Melalui Promosi dan Kualitas Pelayanan”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada program studi manajemen, program sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan bimbingan yang diberikan. Terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak. selaku Wakil Rektor I Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom. selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Binaniaga Indonesia.
5. Bapak Mohammad Wartaka, S.Kom..M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingannya dengan sangat baik.
6. Bapak/Ibu dosen serta seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu yang baik kepada peneliti.

7. Ayah tercinta bapak Heri Zaenal Hakim dan pintu surgaku ibu Enur Priyati selaku orang tua peneliti, terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasihnya selama ini di dalam kehidupan peneliti, beliau tidak kenal lelah untuk selalu mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Tete Herlina Puspitasari, Nuryani Puspitasari, dan Destania Zahra selaku kakak dan adik yang peneliti sayangi, terima kasih atas doa, nasihat, dan semangat yang selalu diberikan kepada peneliti untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
9. Terima kasih yang tulus kepada 19210108 yang selalu setia menemani di setiap proses perjuangan. Terima kasih atas kesabaran, semangat, doa, dan dukungan yang tiada henti diberikan selama peneliti menyusun skripsi ini.
10. Teman seperjuangan Sesilian Rizki Farel, Farel Saputra, Yabes Sinaga dan Keke Shila Dewa Syiwa yang selalu mendukung satu sama lain dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman satu circle jompo, terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan dukungan yang selalu ada di setiap langkah peneliti. Kalian adalah sumber semangat dan kekuatan yang tak ternilai selama peneliti menyusun skripsi ini.

Hormat Saya

Rizal Ramadhani Akbar

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Batasan Masalah.....	14
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan Penelitian.....	16
F. Kegunaan Penelitian.....	16
G. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Keputusan Pembelian	19
1. Pengertian Keputusan Pembelian	19
2. Langkah-langkah sistem membeli	20
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
4. Indikator Keputusan Pembelian	22
B. Promosi.....	25
1. Pengertian Promosi	25
2. Jenis-jenis promosi.....	27
3. Fungsi promosi.....	30
4. Strategi Penetapan Promosi	31
5. Indikator Promosi.....	33
C. Kualitas Pelayanan	35
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	35
2. Gap Yang Menyebabkan Kegagalan Dalam Penyampaian Pelayanan...	36
3. Strategi Kualitas Pelayanan	38
4. Dimensi Kualitas Pelayanan	41

5. Indikator kualitas pelayanan	42
D. Konteks Industri Ritel Modern dan Kebutuhan Pelanggan.....	46
1. Pengelolaan dan Operasional Ritel Modern (Alfamart)	46
E. Penelitian Terhadulu	48
F. Kerangka Pemikiran	56
G. Hipotesis Penelitian.....	61
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
A. Metode Penelitian.....	64
B. Variable dan Pengukuran	65
C. Populasi dan Sampel	70
D. Metode Pengumpulan Data	73
E. Instrumen Penelitian.....	75
F. Teknik Analisis Data	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	90
A. Gambaran Umum Perusahaan	90
B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	91
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	95
D. Profil Responden	98
E. Uji Asumsi Klasik	100
F. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	104
G. Analisis Koefisien Korelasi Berganda	107
H. Analisis Regresi Linear Berganda.....	107
I. Uji Hipotesis.....	109
J. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	110
K. Pembahasan Hasil Penelitian	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
A. Kesimpulan.....	118
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 2 Operasional Variabel	68
Tabel 3 Jumlah Penduduk di Kecamatan Leuwiliang.....	71
Tabel 4 Skala Likert	75
Tabel 5 Crosstabs Arah Persentase dan Interpretasi ke samping	83
Tabel 6 Pengukuran Skor	84
Tabel 7 Intrepretasi Koefisien Korelasi	86
Tabel 8 Rentang Nilai Koefisien Determinasi	89
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Promosi (X1).....	95
Tabel 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	96
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	97
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas	97
Tabel 13 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	98
Tabel 14 Responden Berdasarkan Domisili dan Pekerjaan	99
Tabel 15 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov Test	100
Tabel 16 Hasil Uji Multikolinearitas	101
Tabel 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	102
Tabel 18 Hasil Uji Linearitas Variabel Promosi (X1)	102
Tabel 19 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	103
Tabel 20 Penilaian Indikator Variabel Promosi (X1)	104
Tabel 21 Penilaian Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	105
Tabel 22 Penilaian Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	106
Tabel 23 Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	107
Tabel 24 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	108
Tabel 25 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	109
Tabel 26 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	110

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Jumlah gerai ritel di Indonesia	2
Gambar 2 Ritel dengan nilai penjualan terbesar di Indonesia.....	3
Gambar 3 Top Brand Minimarket.....	4
Gambar 4 Grafik Pra Survei Indikator Keputusan Pembelian	7
Gambar 5 Grafik Pra Survei Indikator Promosi.....	9
Gambar 6 Grafik Pra Survei Indikator Kualitas Pelayanan	12
Gambar 7 Conceptual Model of Service Quality	38
Gambar 8 Kerangka Pemikiran.....	60
Gambar 9 Struktur Organisasi Alfamart.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Prasurvei.....	127
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	129
Lampiran 3 Tabulasi Data Mentah 30 Responden.....	137
Lampiran 4 Tabulasi Data Mentah 385 Responden.....	138
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	148
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	151
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	152