

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTI
PADA CV. INDOHOUSE CIKURAY BOGOR**

SKRIPSI

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

Oleh :

R. SUSANTI

NPM: S1-0216.120



**UNIVERSITAS BINANIAGA
INDONESIA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2020**

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

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROPERTI PADA CV. INDOHOUSE CIKURAY
BOGOR

OLEH : R. SUSANTI

NPM : S1-0216.120

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(SUJANA, SE.,MM)

(DIMAS A. DARMANTYO, S.Pi.,M.Sc)

PENGUJI I

PENGUJI II

(PRIYO WISMANTORO, Drs.,MM)

(SUMARDJONO, SE.,MM)

Bogor, Desember 2020

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(Dr. ISMULYANA DJAN, SE.,MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Properti Pada CV. IndoHOUSE Cikuray Bogor”**.

Penulis menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang penulis miliki. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Penyusunan skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE.,MM selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE.,M.AK selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.SI.,M.Kom selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Sujana, SE., MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Dimas A. Darmantyo, S.Pi.,M.Sc, selaku dosen pembimbing II yang telah

meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, motivasi dan pengarahan kepada penulis.

4. Dosen-dosen (pengajar) dan Staff Universitas Binaniaga Indonesia.
5. Bapak R. Mamu dan Ibu Junaenah selaku orangtua tercinta yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, serta curahan kasih sayang serta doa yang tak ada habisnya karena itulah yang menjadikan kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini. motivasi, doa dan dukugan sehingga penulis mempunyai kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kakak dan Adikku tersayang R. Siti Sopiah, R. Hendi, R. Syaeful Bahri, dan R. Indriani yang selalu memberikan semangat.
7. Seluruh karyawan dan pimpinan dari CV. Indoouse Cikuray Bogor yang telah memberikan dukungan moril dan telah menjadi subjek penelitian.
8. Rizki Ramadhan yang telah memberikan motivasi dan penyemangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Siti Rubbiah Adawiyyah, SM yang sudah sangat membatu memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Irma Oktapia, Irnifha Ruchama, Muhammad Lutfi dan Wulandari yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman seperjuangan B3 Abdulllah Abbas dan Yuda Pratio Subekti yang telah memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat tersayang Dewi Rachmawati, S.Pd dan Alya Fitriani yang telah memberikan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.

13. Seluruh rekan Mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Seluruh Responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
15. Segenap pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang memberikan kelancaran sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan juga saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Atas bantuan doa dan amal kebaikan yang sangat berarti yang telah diberikan kepada penulis, semoga mendapatkan imbalan pahala dari Allah SWT, dan semoga kita semua selalu ada dalam lindungan-Nya. Aamiin.

Bogor, Desember 2020

(R. Susanti)

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB	
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Kegunaan Penelitian	8
G. Sistematika Penulisan	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Keputusan Pembelian	11
a. Pengertian Keputusan Pembelian	11

b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
c.	Proses Keputusan Pembelian.....	15
d.	Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.	Kualitas Pelayanan.....	18
a.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
b.	Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
c.	Srategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	22
3.	Promosi.....	25
a.	Pengertian Promosi.....	25
b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	26
c.	Indikator Promosi.....	27
B.	Penelitian Terdahulu.....	29
C.	Hubungan Antara Variabel.....	38
D.	Kerangka Pemikiran.....	39
E.	Hipotesis Penelitian.....	39
III.	METODOLOGI PENELITIAN.....	40
A.	Objek Penelitian.....	40
B.	Jenis Metode Penelitian.....	40
C.	Variabel Penelitian.....	40
D.	Populasi dan Sampel.....	44
E.	Metode Pengumpulan Data.....	44
F.	Instrumen Penelitian.....	45
G.	Metode Analisis Data.....	46

H. Hipotesis Statistik	61
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Sejarah Perusahaan	62
B. Karakteristik Responden	63
C. Teknik Analisis Data (n=133)	67
D. Teknik Analisis Data (n=107)	111
E. Pengujian Hipotesis	141
F. Pembahasan	141
V. KESIMPULAN DAN SARAN	143
A. Kesimpulan	143
B. Saran	144
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN	150

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Jumlah Konsumen yang Komplain di CV.Indohouse.....	4
Tabel 2 Data Penjualan Properti CV.Indohouse Tahun 2016-2019.....	5
Tabel 3 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 4 <i>Operasionalisasi</i> Variabel.....	42
Tabel 5 Skala Likert.....	46
Tabel 6 <i>Goodness of Fit</i>	56
Tabel 7 Hipotesis Statistik	61
Tabel 8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 10 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 11 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	66
Tabel 12 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 13 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan	69
Tabel 14 Hasil Analisis Deskriptif Promosi	70
Tabel 15 Kriteria Jawaban Responden	71
Tabel 16 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	72

Tabel 17 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	74
Tabel 18 Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	79
Tabel 19 Hasil <i>Output</i> Model_1 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	84
Tabel 20 Hasil <i>Output</i> M.I Model_2 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	86
Tabel 21 Hasil <i>Output</i> Model_3 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	88
Tabel 22 Hasil Pengujian Model_3 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	89
Tabel 23 Hasil <i>Output</i> Model_4 CFA Eksogen Promosi	90
Tabel 24 Hasil <i>Output</i> Model_5 CFA Eksogen Promosi.....	92
Tabel 25 Hasil <i>Output</i> M.I Model_6 CFA Eksogen Promosi.....	94
Tabel 26 Hasil <i>Output</i> Model_7 CFA Eksogen Promosi.....	95
Tabel 27 Hasil Pengujian Model_7 CFA Eksogen Promosi.....	96
Tabel 28 Hasil <i>Output</i> Model_8 CFA Endogen Keputusan Pembelian.....	97
Tabel 29 Hasil Pengujian Model_8 CFA Endogen Keputusan Pembelian.....	98
Tabel 30 Hasil <i>Output</i> M.I <i>Full Model_1</i>	100
Tabel 31 Hasil <i>Output Full Model_2</i>	102
Tabel 32 Hasil Pengujian <i>Full Model_2</i>	104
Tabel 33 Evaluasi <i>Outlier</i>	107
Tabel 34 Evaluasi <i>Outlier</i>	109
Tabel 35 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	111

Tabel 36 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan	112
Tabel 37 Hasil Analisis Deskriptif Promosi	113
Tabel 38 Hasil <i>Output</i> Model_9 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	115
Tabel 39 Hasil <i>Output</i> M.I Model_9 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	117
Tabel 40 Hasil Model_10 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	119
Tabel 41 Hasil Pengujian Model_10 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	120
Tabel 42 Hasil Pengujian Model_11 CFA Eksogen Promosi	122
Tabel 43 Hasil <i>Output</i> Model_12 CFA Eksogen Promosi	123
Tabel 44 Hasil Pengujian Model_12 CFA Eksogen Promosi	125
Tabel 45 Hasil <i>Output</i> Model_13 CFA Endogen Keputusan Pembelian.....	126
Tabel 46 Hasil Pengujian Model_13 CFA Endogen Keputusan Pembelian....	127
Tabel 47 Hasil <i>Output</i> M.I <i>Full</i> Model_3	129
Tabel 48 Hasil <i>Output</i> <i>Full</i> Model_4.....	131
Tabel 49 Hasil Pengujian <i>Full</i> Model_4.....	132
Tabel 50 Hasil <i>Output</i> Uji Normalitas	135
Tabel 51 Hasil <i>Output</i> Prosedur <i>Bootstrap</i>	136
Tabel 52 Perbandingan SE <i>Bootstrap</i> dengan SE ML	137
Tabel 53 Hasil Uji Realibilitas Konstruk	139
Tabel 54 Korelasi Antara Konstruk dan Akar Kuadrat AVE	139

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Jumlah Konsumen Komplain di CV.Indohouse.....	4
Gambar 2 Grafik Penjualan Properti CV.Indohouse Tahun 2016-2019	5
Gambar 3 5 Tahapan Model Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 4 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 5 Konstruk Penelitian.....	48
Gambar 6 Logo Indohouse	62
Gambar 7 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Gambar 8 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	65
Gambar 9 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Gambar 10 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	67
Gambar 11 Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	81
Gambar 12 Model_1 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	83
Gambar 13 Model_2 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	85
Gambar 14 Model_3 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	87
Gambar 15 Model_4 CFA Eksogen Promosi.....	90
Gambar 16 Model_5 CFA Eksogen Promosi.....	91
Gambar 17 Model_6 CFA Eksogen Promosi.....	93

Gambar 18 Model_7 CFA Eksogen Promosi.....	94
Gambar 19 Model_8 CFA Endogen Keputusan Pembelian	96
Gambar 20 <i>Full</i> _Model 1.....	99
Gambar 21 <i>Full</i> Model 2.....	101
Gambar 22 Model_9 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	114
Gambar 23 Model_10 CFA Eksogen Kualitas Pelayanan	118
Gambar 24 Model_11 CFA Eksogen Promosi	121
Gambar 25 Model_12 CFA Eksogen Promosi	123
Gambar 26 Model_13 CFA Endogen Keputusan Pembelian	125
Gambar 27 <i>Full</i> Model_3.....	128
Gambar 28 <i>Full</i> Model_4.....	130

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	151
Lampiran 2 Data Penelitian.....	157