

**ANALISIS PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ANGKRINGAN CAK GENT PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna  
memperoleh Gelar Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Titan Citaka Yuniar Weida

NIM : 19415044

Program Studi : Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Angkringan Cak Gent Ponorogo  
Nama : Titan Citaka Yuniar Weida  
NIM : 19415044  
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 11 Oktober 2000  
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I

Ponorogo, 9 Januari 2023  
Pembimbing II

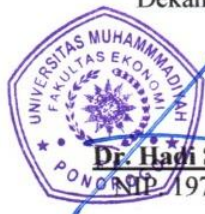


**Wahna Widhianingrum, SP., MM**  
NIDN. 0707118602



**Fery Setiawan, SE., MM**  
NIDN. 0720128904

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi



**Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si**  
NIDN. 19760508 200501 1 002

Ketua

Dosen Penguji  
Sekertaris

Anggota



**Wahna Widhianingrum, SP., M.M**  
NIDN. 0707118602



**Diana Pramudya Wardhani S.E., M.M**  
NIDN. 0709048305



**Dr. Riawan, S.Pd, M.M**  
NIDN. 0705128502

## RINGKASAN

Titan Citaka Yuniar Weida (19415044)  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian. Perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian seperti promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi. Beberapa permasalahan yang dialami oleh konsumen Angkringan Cak Gent Ponorogo yaitu adanya rasa ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen dimana kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik dan daya tanggap karyawan dalam melayani konsumen kurang baik. Selain itu promosi yang dilakukan Angkringan Cak Gent Ponorogo juga kurang menarik karena tidak memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Dalam penelitian ini metode untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan menggunakan rumus Rao Purba dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Acidental Sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan (1) Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian artinya promosi yang menarik akan meningkatkan keputusan pembelian, (2) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang semakin baik akan meningkatkan keputusan pembelian, (3) Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian artinya semakin strategis lokasi yang dipilih maka akan meningkatkan keputusan pembelian, (4) Promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Promosi, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat sehat, rahmat serta karunia-Nya, sehingga dengan kesungguhan hati dan Ridho-Nyalah peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Angkringan Cak Gent Ponorogo”. Skripsi ini merupakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Strata 1 (S-1) Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa peneitian ini masih banyak kekurangan berkat dukungan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk dapat bergabung dalam keluarga besar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Naning Kristyana, S.E., M.M selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Wahna Widhianingrum, SP., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan dengan penuh kesabaran dan ketlatenan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Fery Setiawan, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan dengan penuh kesabaran dan ketlatenan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan tinggi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
7. Kedua orang tua saya serta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, serta semangat setiap harinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih banyak atas bantuan dan semangatnya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan tulus dan ikhlas penulis hanya dapat membalas dengan ucapan terimakasih banyak, dan semoga niat baik mereka di ridhoi oleh Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan dan pengetahuan peneliti, untuk itu kritik dan saran yang membangun senantiasa peneliti harapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT berkenan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada berbagai pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya serta pembaca pada umumnya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*



Ponorogo, 26 Maret 2024



Titan Citaka Yuniar Weida  
NIM. 19415044



## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**

### **KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Instansi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 26 Maret 2024



Titan Citaka Yuniar Weida  
NIM. 19415044

## MOTTO

*“NEVER GIVE UP ON YOUR DREAMS.”*  
(Jangan pernah menyerah pada mimpimu)

SEMANGAT!!!





## DAFTAR ISI

|                                            |      |
|--------------------------------------------|------|
| HALAMAN PENGESAHAN .....                   | i    |
| RINGKASAN .....                            | ii   |
| KATA PENGANTAR .....                       | iii  |
| PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK ..... | vi   |
| MOTTO .....                                | vii  |
| DAFTAR ISI .....                           | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....                        | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                         | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                      | xiii |
| BAB I .....                                | 1    |
| PENDAHULUAN .....                          | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....           | 1    |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                | 7    |
| 1.3 Tujuan .....                           | 8    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....               | 8    |
| BAB II .....                               | 10   |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                     | 10   |
| 2.1 Landasan Teori .....                   | 10   |
| 2.1.1 Manajemen .....                      | 10   |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran .....            | 13   |
| 2.1.3 Bauran Pemasaran .....               | 15   |
| 2.1.4 Perilaku Konsumen .....              | 17   |
| 2.1.5 Keputusan Pembelian .....            | 20   |
| 2.1.6 Promosi .....                        | 24   |
| 2.1.7 Kualitas Pelayanan .....             | 27   |
| 2.1.8 Lokasi .....                         | 29   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....             | 31   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....               | 34   |
| 2.4 Hipotesis .....                        | 35   |

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| BAB III .....                                                                                | 38 |
| METODE PENELITIAN .....                                                                      | 38 |
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....                                                           | 38 |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....                                                                | 38 |
| 3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....                                                  | 40 |
| 3.3.1 Jenis Data .....                                                                       | 40 |
| 3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....                                                          | 40 |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel .....                                                      | 42 |
| 3.5 Uji Instrumen .....                                                                      | 44 |
| 3.5.1 Uji Validitas .....                                                                    | 44 |
| 3.5.2 Uji Reabilitas .....                                                                   | 45 |
| 3.5.3 Regresi Linier Berganda .....                                                          | 46 |
| 3.5.4 Uji Hipotesis .....                                                                    | 47 |
| BAB IV .....                                                                                 | 49 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                                                   | 49 |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                                                   | 49 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....                                                         | 49 |
| 4.1.2 Gambaran Umum Responden .....                                                          | 54 |
| 4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....                                                    | 57 |
| 4.1.4 Uji Instrumen .....                                                                    | 60 |
| 4.1.5 Analisis Data .....                                                                    | 63 |
| 4.1.6 Uji Hipotesis .....                                                                    | 65 |
| 4.2 Pembahasan .....                                                                         | 69 |
| 4.2.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....                                    | 69 |
| 4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian .....                         | 72 |
| 4.2.3 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian .....                                     | 73 |
| 4.2.4 Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap<br>Keputusan Pembelian ..... | 75 |
| BAB V .....                                                                                  | 77 |
| PENUTUP .....                                                                                | 77 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                         | 77 |
| 5.2 Keterbatasan .....                                                                       | 77 |

|                      |                                         |    |
|----------------------|-----------------------------------------|----|
| 5.3                  | Saran .....                             | 78 |
| 5.3.1                | Bagi Universitas .....                  | 78 |
| 5.3.2                | Bagi Angkringan Cak Gent Ponorogo ..... | 78 |
| 5.3.3                | Bagi Peneliti Selanjutnya .....         | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... |                                         | 80 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Model Perilaku Konsumen .....                 | 19 |
| Gambar 2. Kerangka Pemikiran .....                      | 38 |
| Gambar 3. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1 ..... | 85 |
| Gambar 4. Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2 ..... | 86 |
| Gambar 5. Daerah Penolakan H03 dan Penerimaan Ha3 ..... | 86 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                     | 35 |
| Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 60 |
| Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....          | 61 |
| Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pembelian .....     | 62 |
| Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alamat .....        | 62 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Promosi .....                     | 63 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan .....          | 67 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi .....                      | 71 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....         | 75 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....                                      | 79 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....                                  | 81 |
| Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....                  | 82 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (t) .....                                   | 84 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (F) .....                                  | 87 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                         | 88 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....                               | 102 |
| Lampiran 2. Data Identitas Responden .....                           | 108 |
| Lampiran 3. Data Jawaban Responden .....                             | 111 |
| Lampiran 4. Distribusi Tanggapan Responden .....                     | 122 |
| Lampiran 5. Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....                | 133 |
| Lampiran 6. Hasil Uji Validitas .....                                | 134 |
| Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas .....                             | 140 |
| Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....             | 141 |
| Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis (Uji t, Uji F, dan Uji $R^2$ ) ..... | 142 |
| Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian .....                            | 143 |

