PENGARUH STRATEGI PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN

(Studi Kasus Minuman Kekinian **Segaar.Indonesia** di Madiun)

Nama : Meinanda Nurtavia
NIM : 19414944
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

PENGARUH STRATEGI PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN

(Studi Kasus Minuman Kekinian **Segaar.Indonesia** di Madiun)

Nama : Meinanda Nurtavia
NIM : 19414944
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul	: Pengaruh Strategi Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Minuman Kekinian **Segaar.Indonesia** di Madiun)
Nama	: Meinanda Nurtavia
NIM	: 19414944
Tempat,Tanggal Lahir	: Madiun, 17 Mei 2001
Program Studi	: Manajemen

Dengan disahkan isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 17 Januari 2026

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Fery Setiawan, SE.,MM	**Dwi Warni Wahyuningsih, SE.,MM**
NUPTK. 1552767668131043	NUPTK. 4742764665231052

Mengetahui
Dekan Fakultas Manajemen

Dr. Slamet Santoso, S.E.,M.Si
NIK. 1970101619990412

Penguji 1	Penguji 2	Penguji 3
Fery Setiawan, SE.,MM	**Titis Purwaningrum, SE.,MMA**	**La Ode Sugianto, S.Pd.,MM**
NUPTK: 1552767668131043	NUPTK: 6736748649230192	NUPTK: 596276664130202

ABSTRAK

Skripsi: Pengaruh strategi promosi, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan (studi kasus minuman kekinian segaar.indonesia di madiun)"; Meinanda Nurtavia, NIM 19414944, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penelitian ini dengan judul pengaruh strategi promosi, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan (studi kasus minuman kekinian Segaar.Indonesia di Madiun**)**. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang ke lapak Segaar.Indonesia dengan tujuan membeli produk (minuman) yang dijual yang berlokasi di wilayah Madiun, dengan sampel yang ditetapkan sebanyak 80 responden. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa 1). Strategi promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. 2). Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. 3). Kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. 4). Strategi promosi, kualitas produk, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan pada minuman kekinian di Segaar.Indonesia.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keputusan Pelanggan

MOTTO

“PENDIDIKAN ADALAH JALAN PEREMPUAN UNTUK MENGUBAH KETERBATASAN MENJADI KEKUATAN JANGAN MEYERAH ILMU YANG KITA PERJUANGAKAN AKAN MENGUBAH MASA DEPAN”

-SHERLY TJOANDA-

“SYUKURI DALAM KESULITAN APAPUN, KESUSAHAN APAPUN, MASALAH APAPUN, JANGAN PERNAH MENGELUH, TAPI SYUKURI DAN CARI JALAN KELUAR SETIAP PROBLEM YANG ADA”

-JOKO WIDODO-

PERSEMBAHAN

Bismillahirohmanirohim.

Dengan mengucap rasa syukur yang mendalam kepada allahS.W.T karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah S.W.T atas segala rahmat, nikmat, kasih sayang, dan pertolongan-Nya yang senantiasa menyertai setiap Langkah kehidupan penulis.
2. Kepada saya sendiri yang telah bersemangat dan mempunyai tekat , bertahan, berjuang dan tidak menyerah meski berkali kali Lelah dan hamper menyerah.
3. Kedua nenek dan kakekku, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi. Dan semoga nenek dan kakek selalu diberi Kesehatan dan umur Panjang oleh Allah S.W.T.
4. Suamiku tersayang Angga bagus vidita S.Ikom, orang yang selalu menjadi support system penulis. Terimakasih atas doa, material, dukungan, semangat dan kesabaran yang tidak pernah putus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Elsha hanifah, saudara saya yang telah memberikan support, doa, dan waktunya, semoga kaya dan Bahagia selalu.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu demi kelancaran dan keberhasilan dalam mengerjakan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul: "Pengaruh strategi promosi, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan (studi kasus minuman kekinian segaar.indonesia di Madiun)" Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, untuk memperoleh gelar Strata Satu.

Atas bantuan semua pihak, tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang Tua dan Keluarga dan orang-orang terdekat yang telah memberikan dukungan dan do'a restu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang mendukung selama saya menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Fery Setiawan, SE.,MM, selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, SE.,MM, selaku dosen pembimbing II skripsi yang

dengan sabar memberikan masukan, arahan, demi kemajuan pengerjaan skripsi ini.

6. Pimpinan beserta seluruh tim Segaar.Indonesia yang telah memberi izin penelitian.
7. Staff dan teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah membantu kelancaran penelitian ini.
8. Dan semua pihak yang tidak penulis bisa sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Disadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran selalu diharapkan demi perbaikan lebih lanjut.

Ponorogo, 28 Juli 2026
Penyusun,

Meinanda Nurtavia

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG 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 Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 31 Juli 2026



(Keinanda Nurtavia)
NIM. 19414944

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

ABSTRAK iv

MOTTO v

PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

PERNYATAA TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Perumusan Masalah 8

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 9

1.3.1 Tujuan Penelitian 9

1.3.2 Manfaat Penelitian 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 Perilaku Konsumen 11

2.1.2 Keputusan Pelanggan 13

2.1.3 Strategi Promosi 19
2.1.4 Kualitas Produk 22
2.1.5 Kualitas Layanan 26
2.2 Penelitian Terdahulu 30
2.3 Kerangka Pemikiran 35
2.4 Hipotesis 36
BAB III METODE PENELITIAN 41
3.1 Ruang Lingkup Penelitian 41
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 41
3.2.1 Populasi 41
3.2.2 Sampel 42
3.3 Metode Pengambilan Data 43
3.4 Definisi Operasional Variabel 43
3.5 Metode Analisis Data 45
3.5.1 Uji Validitas 46
3.5.2 Uji Reliabilitas 46
3.6 Teknik Analisis Data 47
3.6.1 Uji Asumsi Klasik 47
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda 49
3.6.3 Pengujian Hipotesis 50
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2) 51
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN 53
4.1 Gambaran Umum Segarr.Indonesia 53

4.1.1 Karakteristik Responden Penelitian 54
4.1.2 Tanggapan Responden..... 56
4.2 Uji Instrumen Penelitian 60
4.2.1 Uji Validitas..... 61
4.2.2 Uji Reliabilitas..... 63
4.3 Analisis Data..... 64
4.3.1 Uji Asumsi Klasik 64
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda..... 68
4.3.3 Koefisien Determinasi (R^2) 71
4.3.4 Uji Hipotesis..... 72
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 81
4.4.1 Pengaruh Variabel Secara Parsial..... 81
4.4.2 Pengaruh Variabel Secara Simultan 88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 90
5.1 Kesimpulan 90
5.2 Saran 90
DAFTAR PUSTAKA 92
LAMPIRAN..... 96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penurunan Penjualan Minuman Segaar Indonesia 7

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu 31

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 55

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 56

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Variabel Strategi Promosi 57

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk 58

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Layanan 59

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pelanggan 59

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas 62

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas 63

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas 65

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas 66

Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 69

Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi 71

Tabel 4.13 Hasil Ujji Hipotesis secara Parsial 73

Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis secara Simultan 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian 15

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian 36

Gambar 4.1 Logo Minuman Segaar.Indonesia 54

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas 68

Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Strategi Promosi (X_1) 74

Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Kualitas Produk (X_2) 75

Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Kualitas Layanan (X_3) 77

Gambar 4.6 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F) 80

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Hasil Ujian 96

Lampiran 2. Kuesioner 97

Lampiran 3. Data Responden 102

Lampiran 4. Hasil Olah Data SPSS 107

Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian 114

Lampiran 6. Berita Acara 116

Lampiran 7. Bukti Submit / LoA Jurnal 117

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO