

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
RESTORAN
SUKA RAMAI KUPANG**

TESIS

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Magister Manajemen**



OLEH:

ARNOLDUS ASAN MEAK
NIM. 8112161006MM

KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

TESIS

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
RESTORAN SUKA RAMAI KUPANG**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister Manajemen

Oleh

Nama : Arnoldus Asan Meak

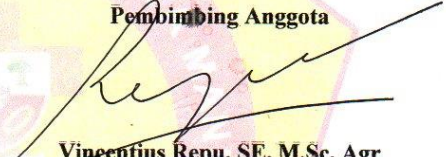
NIM : 8112161006MM

Telah Disetujui Oleh

Pembimbing Utama


Dr. Stanis Man, SE, M.Si

Pembimbing Anggota


Vincentius Repu, SE, M.Sc, Agr

Kupang, Oktober 2018

Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandira
Kupang

Ketua Program Studi,


Dr. Stanis Man, S.E., M.Si

NIDN : 0815086422

TESIS

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
RESTORAN SUKA RAMAI KUPANG**

Disiapkan dan disusun oleh :

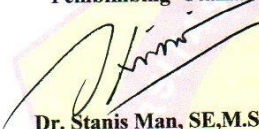
Nama : Arnoldus Asan Meak
NIM : 8112161006MM

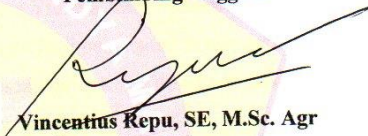
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 26 Oktober 2018
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dewan Penguji

Pembimbing Utama

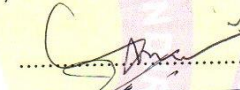


Pembimbing Anggota


Dr. Stanis Man, SE, M.Si


Vincentius Repu, SE, M.Sc. Agr

Anggota :

1. Dr. Cosmas Fernandez SVD, MA
2. Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
3. Dr. Stanis Man, SE., M.Si


.....

.....

.....

Kupang, Oktober 2018

Ketua Program Studi,


Dr. Stanis Man, S.E., M.Si
NIDN : 0815086422

MOTTO DAN PERSEMBAHAN.

MOTTO

“hiduplah seperti pohon mangga yang lebat buahnya, walau hidup di tepi jalan dan dilempar dengan batu, tapi membalas dengan buahnya”.

‘PERSEMBAHAN’

Tesis ini dipersembahkan untuk ;

1. Tuhan yang maharahim, berkat penyelenggaraannya, penulis mampu menyelesaikan dari awal hingga akhir penulisan tesis ini dengan baik.
2. Istriku tercinta almarhuma, Yuliana Muti Cornelis, Amd Kep. Sebagai inisiatif dan motivator bagi penulis untuk mendaftarkan Diri di Program Studi Pasca Sarjana (S2) Magister Manajemen pada, Fakultas Ekonomi Unwira Kupang.
3. Ketigaputradaku, Eman Nai Ulu, Will Nai Manek dan Qi Lan Nai Lalayang selalumenanti, mendampingi, sekaligus membangun komitmen perjuangan bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
4. Teman-teman terkasih MM Unwira angkatan 27,
5. Almamaterku tercinta Unwira Kupang.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhanku Yesus dan Bunda Maria, Melalui berkat kerahimannya, penulis dapat merampungkan tesis ini dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Suka Ramai Kupang” sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Magister Manajemen, pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian penyusunan tesis ini mendapat bimbingan, motivasi maupun kontribusi pemikiran dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini. Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. P.Dr Philipus Tule, SVD sebagai Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melanjutkan pendidikan pada fakultas ekonomi ,program studi pasca sarjana, magister manajemen universitas katolik widya mandira kupang.
2. Adrianus Djou Sewa sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
3. Dr Stanis Man SE, MSi sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen sekaligus sebagai pembimbing 1 dan penguji III dengan tulus ikhlas dan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan perbaikan, arahan maupun motivasi kepada penulis hingga selesainya penulisan tesis ini.
4. Vincentius Repu, SE, M.Sc. Agr selaku dosen pembimbing II dan sekaligus dosen di kelas yang penuh kesabaran memberikan petunjuk, arahan, serta motivasi dalam proses penyusunan tesis ini;

5. Dr.Comas Fernandez,SVD, MA,penguji I yang telah memberikan perbaikan, masukan, dan arahan, yang membantu kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku penguji II yang dengan sabar dan tulus meluangkan waktu untuk membimbing penulis hingga tesis ini dapat diselesaikan.
7. Seluruh Staf Administrasi yang telah memberikan dukungan dan bantuan bagi penulis sehingga dapat dengan lancar mengikuti program studi ini;
8. Bapak dan Ibu Dosen Program studi Magister Manajemen, yang telah mendidik, membimbing dan mengarahkan penulis selama masa perkuliahan;
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Magister Manajemen Universitas Katolik Widya mandira Kupang Angkatan 27 yang selalu setia menemani dan memberikan dukungan dalam penyelesaian tesis ini.

Dengan penuh kerendahan hati, Atas segala kekurangan yang ada, maka kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan lapang dada. Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua.

Kupang, November 2015

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Suka Ramai Kupang”, oleh Arnoldus Asan Meak, NIM 8112161006 MM, dibawah bimbingan Dr. Stanis Man, SE, M.Si dan Vincentius Repu, SE, M.Sc. Agr.

Salah satu cara untuk memenangkan pelanggan ialah memelihara kualitas produk. Pelanggan mempertimbangkan mutu produk sebelum memutuskan untuk membeli. pertimbangan kritis pelanggan mendorong pengusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan mutu produk. Permasalahan dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana gambaran tentang kualitas produk, harga, promosi, dan keputusan pembelian di Restoran Suka Ramai? 2) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian di Restoran Suka Ramai? 3) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian di Restoran Suka Ramai?

Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah mengunjungi Restoran Suka Ramai. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang. Data dikumpulkan dengan menyebarkan sebuah kuesioner. Data yang terkumpul di analisis menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian berada pada kategori baik. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (72,3%), harga (84,7%), promosi (70,06%), dan keputusan pembelian (83%) berada dalam kategori baik. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk (3,385, sig. 0,001 < 0,05), harga (-4,000, sig. 0,000 < 0,05), dan promosi (2,490, sig. 0,015 < 0,05) ini berarti ketiga variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Suka Ramai. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi (29,402, sig. 0,000 < 0,05) sehingga ketiga variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Restoran Suka Ramai.

Berdasarkan hasil analisis ini, disarankan kepada pemilik Restoran Suka Ramai untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan produk dengan memperhatikan pentingnya peran produk, harga, dan promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Kata-kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study is entitled "Analysis of the Effect of Product Quality, Prices and Promotion on the purchasing Decision at Suka Ramai Restaurant", by Arnoldus Asan Meak, NIM 8112161006 MM, under the supervision of Dr. Stanis Man, SE, M.Sc and Vincentius Repu, SE, M.Sc. Agr.

One of the ways to win the customers in the competitive business is the product quality. The customers take into consideration the quality of product before the purchasing decision. The critical consideration of the customers, enhance the businessman to keep and raise the quality product. The problems statements are as follow 1) What is the description of Product Quality, Price, Promotion and the Purchasing Decision at Suka Ramai Restaurant? 2) Do the Product Quality, Price, and Promotion partially influence significantly the Purchasing Decision at Suka Ramai Restaurant? 3) Do the Product Quality, Price, and Promotion simultaneously influence significantly the Purchasing Decision at Suka Ramai Restaurant?

The population in this study was people who ever visited this restaurant and its sample was 96 customers. The data collected using a questionnaire and were analyzed using descriptive and inferential statistics.

The results of descriptive statistics indicated that the product quality (72,3%), price (84,7%), promotion (70,06%) and the purchasing decision (83%), were categorized as good. The results of t test showed that the product quality (3,385, sig. 0,001 < 0,05), price (-4,000, sig. 0,000 < 0,05), and promotion (2,490, sig. 0,015 < 0,05), partially had a significant effect on the purchasing decision at Suka Ramai restaurant. The results of f test showed that the product quality, price, and promotion (29,402, sig. 0,000 < 0,05), simultaneously had a significant effect on the purchasing decision at Suka Ramai restaurant.

Based on these results it is recommended to the restaurant owner to increase the sale growth by focusing on the important role of the product quality, price, and promotion to raise the number of customers.

Key words: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Motto dan Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Abstrak.....	vi
Abstact.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.3.1. Tujuan penelitian	11
1.3.2. Manfaat Penelitian	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1. Konsep Strategi Pemasaran	13
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran	13
2.1.2 Rumusan Strategi Pemasaran	14
2.2. Konsep Keputusan Pembelian.....	17
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.2.2 Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.2.3 Faktor-Faktor Sosial yang Mempengaruhi Keputusan Belanja	21
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian	24
2.3. Konsep Kualitas Produk	25
2.3.1. Pengertian Kualitas Produk	25
2.3.2. Indikator Kualitas Produk	26
2.4. Konsep Harga	28

2.4.1. Pengertian Harga	28
2.4.2. Faktor-faktor yang DiperhatikandalamPenetapanHarga	30
2.4.3. IndikatorHarga.....	33
2.5. KonsepPromosi.....	34
2.5.1. PengertianPromosi.....	34
2.5.2.IndikatorPromosi	36
2.5.3. Bauran Promosi (promotion mix).....	36
2.6. Konsep Restoran Makanan.....	42
2.7. Penelitian Terdahulu.....	44
2.8. Kerangka Pemikiran	46
2.9. PerumusanHipotesis	49
2.9.1.PengaruhKualitasProduk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Suka Ramai	49
2.9.2. Pengaruh Haraga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Suka Ramai Kupang	50
2.9.3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Suka Ramai Kupang	50
2.9.4. Pengaruh KualitasProduk, Harga , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada RestoranSuka Ramai Kupang.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	54
3.1.1.Lokasi	54
3.1.2. Waktu Penelitian	54
3.2.Populasi dan Sampel.....	54
3.2.1. Populasi	54
3.2.2. Sampel	55
3.3. VariabelPenelitian	56
3.4. JenisData.....	57
3.4.1. Jenis Data MenurutSumber	57
3.4.2. Jenis data MenurutSifat	58
3.5. TeknikdanAlatPengumpulan Data.....	58
3.5.1. AlatPengumpulan Data.....	59
3.5.2.TeknikPengumpulan Data	59

3.6. Uji Instrumen.....	60
3.6.1. UjiValiditas	60
3.6.2. UjiReliabilitas.....	61
3.7.TeknikAnalisis Data	62
3.7.1. Analisis Data Deskriptif	62
3.7.2. AnalisaInferensial.....	63
3.7.2.1. Uji Asumsi Klasik.....	63
3.7.2.2. AnalisisRegresi Linear Berganda	66
3.7.2.3 PengujianHipotesis	67
3.7.2.4. Koefisien Determinasi (R ²)	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. HasilPenelitian.....	70
4.1.1.KarakteristikResponden.....	70
4.2. Hasil Uji CobaInstrumenPenelitian.....	73
4.2.1. UjiValiditas	73
4.2.2. UjiReliabilitas	77
4.3. Analisa Data	78
4.3.1. AnalisaDeskriptif	78
4.3.2. AnalisaStatistikInferensial	81
1. UjiAsumsiKlasik	81
2. AnalisisRegresi Linear Berganda	85
3. PengujianHipotesisStatistik.....	87
4. KoefisienDeterminan(R ²)	89
4.4.Pembahasan	90
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR KUESIONER	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembeli	20
Gambar 2.2 Penetapan harga berdasarkan biaya	31
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas	82
Gambar 4.2 Plot Uji Normalitas	82
Gambar 4.1 Uji Heteros Kedastisitas Skater Plot	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 data penjualan selama 2017 Restoran Suka Ramai Kupang.....	8
Tabel 3.1 variabel devinisi, operasional dan indikator	56
Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	70
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia	71
Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan	72
Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	72
Tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendapatan	73
Tabel 4.6 uji validitas variabel kualitas produk (X1)	74
Tabel 4.7 uji validitas variabel harga (X2)	75
Tabel 4.8 uji validitas variabel promosi (X3)	76
Tabel 4.9 uji validitas variabel keputusan pembelian (Y)	76
Tabel 4.10 rekapitulasi hasil uji reliabilitas	77
Tabel 4.11 jawaban responden variabel kualitas produk (X1)	78
Tabel 4.12 jawaban responden variabel harga (X2)	79
Tabel 4.13 jawaban responden variabel promosi (X3)	80
Tabel 4.14 jawaban responden variabel keputusan pembelian (Y)	80
Tabel 4.15 uji multikolinearitas	81
Tabel 4.16 analisis regresi linieritas berganda	84
Tabel 4.17 hasil uji parsial t.....	87
Tabel 4.18 uji simultan F	81
Tabel 4.19 hasil uji determination R ²	90