

**PENGARUH PERIKLANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat**

**Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan Oleh:**

**NAMA : SUPRIYADI**

**NIM : 1701110220**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG**

**2021**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PALEMBANG**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : SUPRIYADI  
Nomor Pokok/NIRM : 1701110220  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH PERIKLANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK PALEMBANG

Pembimbing Skripsi

Tanggal 26-10-2021 Pembimbing I : Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE. MM  
NIDN : 0016035101

Tanggal 25-10-2021 Pembimbing II : Yunidar Erlina, SE, M.Si  
NIDN : 0230066302

266 / PS / DFE / 21

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Prodi Manajemen



Msy Mikial, S.E., M.Si, Ak, CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Maryam Zanariah, S.E., M.M.  
NIDN : 0222096301

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PALEMBANG**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : SUPRIYADI  
NPM : 1701110220  
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH PERIKLAMAN DAN KUALITAS TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. SUMBER  
ALFARIA TRIJAYA TBK PALEMBANG

Penguji Skripsi

Tanggal 26-10-2021.....Ketua Penguji : Prof.Dr.H. Sulbahri Madjir, SE.MM  
NIDN. 0016035101

Tanggal 25-10-2021.....Penguji I : Yunidar Erlina, SE.M.Si  
NIDN. 0230066302

Tanggal 25-10-2021.....Penguji II : H. Hisbullah Basri, SE., M.Si  
NIDN. 0212016201



Mengetahui :

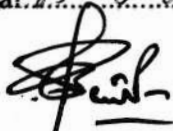
Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal 25-10-2021

  
Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal 25-10-2021

  
Mariyam Zanariah, SE., MM  
NIDN : 0222096301

**MOTTO :**

*"Kalau perkara ngerjain skripsi boleh saja iri dengan mereka yang lulus duluan. Tapi khusus skripsi aja, yang lain jangan!"*

*"Always Be Yourself, No Matter What They Say And Never Be Anyone Else Even If They Look Better Than You"*

Kupersembahkan kepada :

- ALLAH SWT
- Bapak dan mamaku tersayang
- Adik-adikku tercinta serta keluarga besarku
- Pembimbing skripsiku
- Sahabat dan teman-temanku
- Almamaterku

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Supriyadi

Nomor Pokok : 1701110220

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Periklanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, September 2021



Supriyadi

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran ALLAH SWT, karna berkat rahmat dan karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan laporan akhir skripsi, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Universitas Tridianti Palembang, Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyusunan skripsi pada jurusan Manajemen pada Universitas Tridianti Palembang, Pada kesempatan ini peneliti mengambil judul “PENGARUH PERIKLANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK PALEMBANG”

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan akhir skripsi ini penulis menyadari masih jauh sempurna, hal ini dikarnakan oleh karnanya terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki, untuk kritik dan saran yang sifatnya membangun peneliti harapkan demi kesempurnaan laporan, semoga laporan yang peneliti buat dapat sangat bermanfaat untuk semua pihak.

Dalam penulisan laporan akhir skripsi inipenulis dibimbing dan diberi arahan atas pihak lembaga, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, MP Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE,M.Si.Ak,CA,CSRS Dekan Fakultas Tridianti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE., MM selaku ketua prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

4. Prof.Dr. H. Sulbahri, S.E.,MM selaku pembimbing I
5. Ibu Yunidar Erlina, SE, M.Si selaku pembimbing II
6. Seluruh Bapak dan ibu dosen di Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis.
7. Pimpinan dan seluruh Pegawai di Dinas Pendidikan Kota Palembang yang telah memberikan izin kepada Penulis untuk melaksanakan penelitian dan membantu penulis dalam memperoleh data.
8. Kedua Orangtua Bapak Sopian dan Ibu Sawiyah yang selalu mendoakan dan selalu mendukung penulis. yang senantiasa memberikan doa dan semangat.
9. Adik-adikku tercinta dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
10. Sahabatku M. Khoirul Anam S.T dan M. Nur Febriyanto S.T yang selalu memberi dukungan, semangat dan membantu penulis.
11. Teman-teman di Universitas Tridinanti tahun angkatan 2017.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan walaupun penulis telah berusaha dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan guna penyempurnaan penyusunan dan penulis skripsi ini.

Palembang, September 2021

Supriyadi

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xpv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Pengertian Pemasaran. ....	7
2.1.3 Bauran apemasaran(Marketing Mix) .....	8
2.2 Periklanan.....	10
2.2.1 Promosi .....	10
2.2.2 Bauran Promosi.....	10
2.3 Kualitas Layanan.....	13
2.3.1 Pengertian Pelayanan .....	13
2.3.2 Pengertian Kualitas .....	14



2.3.3	Pengertian Kualitas Layanan.....	14
2.3.4	Indikator Kualitas Pelayanan .....	15
2.4	Keputusan Pembelian.....	16
2.4.1	Model perilaku konsumen dan keputusan Pembelian.....	17
2.4.2	Indikator Keputusan Pembelian .....	18
2.5	Penelitian Terdahulu .....	19
2.6	Kerangka Berfikir.....	21
2.7	Hipotesis.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Pendekatan Penelitian .....	24
3.1.1	Tempat Penelitian .....	24
3.1.2	Waktu Penelitian .....	25
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.2.1	Sumber Data .....	25
3.2.2	Tehnik Pengumpulan Data .....	26
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling .....	28
3.3.1	Populasi .....	28
3.3.2	Sampel .....	28
3.3.3	Sampling .....	29
3.4	Variabel Dan Definisi Operasional Variabel .....	30
3.4.1	Variabel penelitian .....	30
3.4.2	Definisi Operasional Variabel .....	30
3.5	Instrumen Penelitian .....	31
3.5.1	Uji Validitas Item.....	32
3.5.2	Uji Reliabilitas Item .....	33
3.6	Teknik Analisis Data .....	33
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	34
3.6.2	Uji Asumsi Klasik .....	35
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	35
3.6.2.2	Uji Multikolinieritas .....	35

3.6.2.3	Uji Autokorelasi .....	36
3.6.2.4	Uji Heteroskedastisitas .....	36
3.7	Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.8	Analisis Koefisien Determinasi .....	37
3.9	Analisis koefisien korelasi .....	37
3.10	Uji Hipotesis .....	38
3.10.1	Uji simultan (Uji F).....	38
3.10.2	Uji Parsial (Uji t).....	39
3.11	Sistematika Penulisan .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	41
4.1.1	Gambaran PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk.....	41
4.1.2	Visi dan Misi Alfamart .....	44
4.1.3	Struktur Organisasi Alfamart dan Tugasnya .....	45
4.2	Pembahasan .....	48
4.2.1	Deskripsi Profil Responden .....	48
4.2.2	Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....	49
4.2.3	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
4.3	Hasil Uji Validitas dan Rehabilitas .....	50
4.3.1	Uji Validitas .....	50
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	54
4.4	Metode dan Teknik Analisis .....	55
4.4.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	55
4.4.2	Analisis Statistik Inferensial .....	56
4.4.3	Koefisien Korelasi .....	60
4.4.4	Koefisien Determinasi .....	61
4.4.2	Uji Hipotesis Penelitian .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	66
5.2	Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel :</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Data Penurunan Omzet .....	2
2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
3.1 Jadwal Penelitian .....	25
3.2 Variabel dan Operasional Variabel .....	30
3.3 Skala Likert Pengukuran .....	32
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	49
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.3 Hasil Uji Citra Merek (XI) .....	51
4.4 Hasil Uji Harga (X2) .....	52
4.5 Hasil Uji Keputusan Pembelian (Y) .....	53
4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
4.7 Statistik Deskriptiv .....	56
4.8 Hasil Uji Analisis Linier Berganda .....	57
4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	59
4.10 Hasil Uji Koefesien Korelasi .....	61
4.11 Hasil Uji Koefesien Korelasi dan Koefesien Determinasi .....	61
4.12 Hasil Uji F .....	62
4.13 Hasil Uji t .....	63

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar:</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Model Perilaku Konsumen .....	17
2.2 Kerangka Berpikir .....	22
4.1 Struktur Organisasi di Alfamart .....	46
4.2 Grafik Normal P-P Plot of regression standarized residual. ....	58
4.3 Pola titik Scatterplots Regresi .....	60

## **ABSTRAK**

**Supriyadi, Pengaruh Periklanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang /Manajemen Pemasaran.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 3. Untuk mengetahui apakah periklanan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Retail PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di toko Retail Al-famart Palembang sebanyak 86 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda, uji F serta uji t yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer Statistical Product and Service Solution ( SPSS) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Periklanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Retail Alfamart cabang Palembang. Dengan signifikan F sebesar  $0,000 < 0,005$ . Persamaan regresi linier berganda  $Y = 0,314 + 0,391 X_1 + 0,721 X_2$  terdapat pengaruh signifikan antara Periklanan terhadap Keputusan Pembelian pada toko retail Alfamart cabang Palembang. Nilai sig  $0,001 < 0,005$ . Terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada toko retail Alfamart cabang Palembang. dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ .

***Kata Kunci : Periklanan, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian***

## **ABSTRACT**

***Supriyadi, The Effect of Advertising and Service Quality on Consumer Purchase Decisions at PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang /Marketing Management.***

*This study aims to find out 3. To find out whether advertising and service quality have an effect on Consumer Purchase Decisions at Retail Stores PT. Source Alfaria Trijaya Tbk Palembang. The population in this study were consumers who visited the retail store Al-Famart Palembang as many as 86 people. The analytical technique used is multiple linear analysis, F test and t test which is processed using the help of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) computer program version 24.*

*The results showed that there was a significant influence between Advertising and Service Quality on Purchase Decisions at the Palembang branch of Alfamart Retail Stores. With a significant F of  $0.000 < 0.005$ . The multiple linear regression equation  $Y = 0.314 + 0.391 X_1 + 0.721 X_2$  there is a significant influence between Advertising on Purchase Decisions at the Palembang branch Alfamart retail store. The value of sig  $0.001 < 0.005$ . There is a significant influence between Service Quality on Purchase Decisions at the Palembang branch Alfamart retail store. with a significant value of  $0.000 < 0.05$ .*

***Keywords: Advertising, Service Quality And Purchase Decision***

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Supriyadi, dilahirkan di Banyuasin tanggal 07 Januari 1997 dari Bapak Sopian dan Ibu Sawiyah. Ia anak kedua dari lima bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2009 di SDN 1 Telang Jaya, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2012 di SMPN 1 Muara Telang, dan selanjutnya Sekolah Menengah Atas diselesaikan tahun 2015 di SMAN 1 Muara Telang. Pada Tahun 2017 ia memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, September 2021

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Arus globalisasi dan majunya teknologi informasi, merupakan tuntutan wajib bagi semua sektor usaha untuk mempertahankan eksistensi dan kemajuan usaha. Hal ini dapat dikatakan mutlak dan harus di terima bagi masyarakat guna untuk tetap membuka peluang dan tantangan bagi kalangan usahawan indonesia.

Globalisasi memberikan cakupan pasar produk yang lebih luas dari perusahaan Indonesia, namun di saat yang sama memberikan persaingan yang ketat antara perusahaan domestik dengan perusahaan asing, antara perusahaan besar dengan perusahaan kecil. Salah satu yang mengalami perkembangan yang pesat adalah bisnis retail.

Pada Bulan Nopember 2020, menurut survei yang dilakukan oleh PT. The Nielsen Company Indonesia (Nielsen) menyatakan bahwa ada penurunan daya beli masyarakat kelas menengah dan bawah. Hal ini terlihat dari September tahun lalu, sektor *fast moving consumer good* (FMCG) mengalami perlambatan pertumbuhan dimana *growth* hanya mencapai 2.7% sedangkan rata-rata pertumbuhan normal tahunan mencapai 11%. Keterlambatan ini disebabkan oleh *mid low class* sebagai pemegang porsi yang besar mengalami perlambatan karena menurunnya THP, kenaikan harga *utility* sehingga berdampak pada pengurangan konsumsi, menahan pembelian *impulsif* produk dan *downsizing*. “*Upper class* masih menunggu situasi dimana mereka hanya bertindak ‘*wait and see*’, namun ada indikasi dimana pengeluaran di *lifestyle* cenderung terus bertumbuh. Adapun riset ini menyatakan



bahwa perlambatan pertumbuhan FMCG di tahun ini bukan semata-mata dipengaruhi langsung oleh bertumbuhnya *e-commerce* di Indonesia. Pasalnya, untuk *core products* FMCG *Ecommerce* hanya mencapai kurang lebih 1% dibandingkan dengan penjualan *offline* secara total.

Pada dua bulan awal tahun 2020, pertumbuhannya melambat 1%," terang Roy N Mande, Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo). Pada periode yang sama tahun lalu, pertumbuhan ritel tercatat sebesar 2,5%. Kini hanya tumbuh sekitar 1%-1,5%. Roy menjelaskan sejumlah faktor yang menyebabkan perlambatan pertumbuhan kinerja ritel, diantaranya perubahan pola konsumsi masyarakat yang masih berlanjut hingga awal tahun 2018 serta produktivitas masyarakat menengah ke bawah yang menurun.(Kontan.co.id).

Kemunculan retail retail besar secara agresif seperti superindo tentu mengisik keberadaan retail retail tradisional yang sudah lama menempati lokasi bisnis yang sama, salah satunya adalah kemunculan reatail PT sumber Alfaria Trijaya Tbk di daerah Palembang. Bahkan sudah mencapai tingkat Kecamatan – Kecamatan di daerah.

**Tabel 1.1**  
**Data Penurunan Omzet Sembako PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang**

No	Keterangan	Rata – Rata Omzet Per Hari
1	Omzet th 2018	Rp. 1.200.000.000
2	Omzet th 2019	Rp. 900.000.000
3	Omzet th 2020	Rp. 720.000.000

Dari tabel diatas memperlihatkan penurunan omzet sembako PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang yang cukup signifikan di 2020. Penurunan ini terjadi karena beralihnya konsumen khususnya konsumen dari golongan

menengah & menengah atas menuju retail yang lebih modern bahkan retail tradisional dan bisa dilakukan secara *online*. Modal yang lebih besar, membuat retail modern dapat melakukan apapun yang di butuhkan untuk menarik konsumen hingga membuat persaingan antar dua kelas retail ini semakin sengit. Pengalaman berbelanja yang lebih menarik di sertai dengan promosi harga yang lebih bersaing dibandingkan toko retail tradisional menambah ketat keunggulan bersaing dari retail retail modern. Hal yang bisa di unggulkan dari retail modern adalah kualitas pelayanan. Pelayanan pada retail tradisional yang masih menggunakan hubungan antar individu yang kuat dan juga memungkinkan melakukan tawar menawar merupakan nilai kuat yang menjadi daya saing terhadap retail modern.

Dengan adanya perkembangan informasi yang semakin pesat, menuntut pula bagi kalangan usaha tradisional maupun modern mengikuti arus yang ada. Dengan menggunakan sistem online pemesanan barang walaupun masih sederhana, memberikan kekuatan lain untuk dapat tetap bertahan pada posisinya. Sekaligus mempromosikan harga barang yang mereka jual kepada pelanggan – pelanggan tetapnya.

Dengan kualitas pelayanan yang mumpuni di tambah harga yang sesuai keinginan konsumen membuat konsumen menjadi terpuaskan. Dengan terpuaskannya konsumen maka tentu keputusan untuk melakukan pembelian pada sebuah toko retail menjadi lebih kuat.

Penelitian sejenis ini pernah dilakukan oleh Wahyudin (2016) dengan judul Pengaruh Periklanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan

Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Pos Express Pt x Indonesia (Persero). Hasil analisis dalam penelitian ini menyebutkan bahwa periklanan produk Pos Express di Kantor Pos Indramayu dinilai mampu memberikan informasi dan mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk Pos Express. Kualitas pelayanan di Kantor Pos Indramayu berdasarkan penilaian konsumen dinilai baik dan memberikan kualitas sesuai dengan harapan konsumen. Keputusan pembelian produk Pos Express di Kantor Pos Indramayu berdasarkan pemilihan produk, pilihan merek, pemilihan penyalur, jumlah pembelian, penentuan waktu, metode pembayaran. Variabel periklanan produk Pos Express di Kantor Pos Indramayu secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel kualitas pelayanan produk Pos Express di Kantor Pos Indramayu secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel periklanan dan kualitas pelayanan produk Pos Express di Kantor Pos Indramayu secara secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian dari Shri Isyanahapsari (2017) dengan judul Pengaruh Periklanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Situs *BelanjaOnline*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh periklanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan. Kesimpulan dari penelitian ini periklanan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan

pembelian. Selanjutnya pada situs Elevenia untuk lebih meningkatkan pada kualitas pelayanan dan meningkatkan dalam memasarkan produk-produknya agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian lebih lanjut tentang **“Pengaruh Periklanan dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Retail PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Periklanan dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Retail PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang ?
2. Apakah Periklanan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Retail PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang?
3. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Retail PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dirumuskan dalam latar belakang masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh periklanan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Retail PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang.
2. Pengaruh Periklanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Retail PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang.
3. Pengaruh kualitas pelayanan Secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Retail PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

- a. Secara teori bahwa temuan penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan baru bagi pemasaran, serta memperkaya hasil penelitian tentang penerapan konsep dalam strategi pemasaran dan bagi peneliti baru diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk topik-topik penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Selain itu juga sebagai bahan masukan bagi PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang.
- b. Secara praktis bahwa penelitian ini menjadi bentuk kontribusi yang positif dan referensi bagi PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Palembang untuk memperhatikan dan mengembangkan strategi pemasaran. Serta sebagai pengetahuan dan pedoman bagi pimpinan perusahaan swasta dalam memotivasi kerja karyawan.
- c. Sebagai salah satu persyaratan guna meraih gelar Sarjana Strata satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Danang Sunyoto. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta: Buku Seru
- Fajar. (2014). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI .
- Irawan. 2011. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- M. Taufik. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek*. *Ecodemica*,1(2)
- Harper W, Orville C Walker and Jean Claud L. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Ketiga Belas, Diterjemahkan Oleh Bob Sabran,MM, Jakarta:Erlangga
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat
- M Iqbal Hasan. 2012. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara
- Niken Tri H. 2010. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI
- Rifaldi,dkk. 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta*. *Epigram*,13(2)
- Sugiyono. 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto. 2006, *Metode Riset Utama*. Yogyakarta: ANDI

- Suyadi. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Salemba Empat: Jakarta
- Shri Isyanahapsari, (2017). *Pengaruh Periklanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs BelanjaOnline*. *Ekonika*, 3(2), 136–153.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i2.190>
- Wahyudin. (2016). *Pengaruh Periklanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Pos Express Pt x Indonesia (Persero)*. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 26–37.