

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
PENJUALAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI PT. RINDU PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**



Diajukan Oleh :

**DINI FIJRIAH
NPM.19.01.11.0523**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
PENJUALAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI PT. RINDU PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**



Diajukan Oleh :

**DINI FIJRIAH
NPM.19.01.11.0523**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2023**

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Dini Fijriah
Nomor Pokok/NIM : 19.01.11.0523
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan,
dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk di
PT. Rindu Palembang.

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 23 Maret 2023

Pembimbing I,  Lusia Nargis, S.E., M.Si
NIDN : 02221116101

Tanggal 23 Maret 2023

Pembimbing II,  Herlan Junaidi, SE.M.P
NIDN : 0219086101

Mengetahui :

Dekan Fak.Ekonomi dan Bisnis,
Tanggal 23 Maret 2023


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

Ka.Prodi Manajemen,
Tanggal 23 Maret 2023


Mariyam Zamariah, SE. MM
NIDN : 0222096301

65 / PS / DFE / 23

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

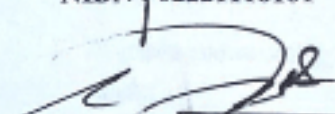
Nama : Dini Fijriah
Nomor Pokok/NIM : 19.01.11.0523
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan,
dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk di
PT. Rindu Palembang.

Penguji Skripsi:

Tanggal 23 Maret 2023

Ketua Penguji, 
Lusia Nargis, S.E., M.Si
NIDN : 02221116101

Tanggal 23 Maret 2023

Penguji I, 
Herian Junaidi, SE.M.P
NIDN : 0219086101

Tanggal 23 Maret 2023

Penguji II 
Kamariah, SE., MM
NIDN : 0221075802

Mengetahui :

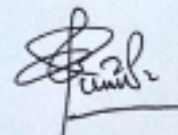
Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis,
Tanggal 23 Maret 2023





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

Ka. Prodi Manajemen,
Tanggal 23 Maret 2023



Mariyam Zanariah, SE. MM
NIDN : 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras, tidak ada keberhasilan tanpa semangat juang dan tidak ada kemudahan tanpa adanya doa.”

Kupersembahkan Kepada:

- Allah SWT
- Kepada kedua orang tuaku
- Kepada kakak-kakakku
- Para Dosen Pembimbing
- Untuk sahabat-sahabatku
- Dan Almamaterku

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Fijriah
Nomor Pokok : 1901110523
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan,
dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk
di PT. Rindu Palembang.

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

Palembang, 23 Maret 2023



Dini Fijriah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita hanturkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya kepada kita semua. Sholawat dan salam kita curahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menyampaikan syariat Islam kepada umatnya. Atas izin Allah dan dukungan orang-orang terdekat akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT. Rindu Palembang”**.

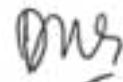
Maksud dan tujuan dari pada menyelesaikan skripsi ini untuk syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang. Dengan ini penulis mengucapkan Syukur yang sebesar- besarnya kepada Allah SWT dan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE,M.Si,Ak.CA.CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Mariyam Zanariah, SE,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Lusia Nargis, S.E.,M.Si selaku pembimbing I skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan serta masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Herlan Junaidi, S.E.,M.P selaku pembimbing II skripsi yang juga telah memberikan bimbingan serta meluangkan waktu untuk memberikan kritik dan arahan dalam penulisan skripsi.

5. Ibu Dr. Sari Sakarina, SE,MM selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan membantu penulis dengan mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang yang telah memberi ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
7. Kedua orang tua (Ayah Ruslan dan Ibu Suryati) serta saudara kandungku (Fahri, Meri, dan Desti) yang telah memberikan semangat dan dukungan serta doa nasihat terbaik yang tiada hentinya.
8. Kekasih tercinta (Muhammad Rafli) yang telah mendukung dan memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman seperjuangan (Roynaldo Dwi Juniansyah dan Grisella Caroline) yang telah membantu dan menemani selama pembuatan skripsi.
10. Kepada rekan-rekan di tempat kerja yang telah memberikan dukungan dan semangat agar skripsi ini cepat terselesaikan.
11. Kepada semua pihak yang tidak mampu saya sebutkan satu-persatu yang telah langsung maupun tidak langsung turut membantu menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini, yang dikarenakan terbatasnya ilmu pengetahuan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak agar penulis selanjutnya dapat lebih baik.

Palembang, 23 Maret 2023



Dini Fijriah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
RIWAYAT HIDUP	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teoritis	8
2.1.1 Definisi Pemasaran	8
2.1.2 Definisi Kualitas Pelayanan	8
2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	9
2.1.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	10
2.1.5 Promosi	10
2.1.5.1 Definisi Promosi	10
2.1.5.2 Bauran Promosi	11
2.1.6 Promosi Penjualan	12
2.1.6.1 Definisi Promosi Penjualan	12

2.1.6.2 Dimensi Promosi Penjualan	13
2.1.6.3 Alat-alat Promosi Penjualan.....	14
2.1.6.4 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	16
2.1.7 Harga	17
2.1.7.1 Definisi Harga	17
2.1.7.2 Dimensi Harga	17
2.1.7.3 Tujuan Penetapan Harga	18
2.1.7.4 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.1.8 Keputusan Pembelian	20
2.1.8.1 Definisi Keputusan Pembelian	20
2.1.8.2 Proses Keputusan Pembelian	21
2.1.8.3 Dimensi Keputusan Pembelian	22
2.1.8.4 Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan	24
2.3 Kerangka Berfikir	25
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Tempat Dan Waktu	28
3.1.1 Tempat Penelitian	28
3.1.2 Waktu Penelitian	28
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	29
3.2.1 Sumber data	29
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	31
3.3.3 Teknik <i>Sampling</i>	33
3.4 Rancangan Penelitian	34
3.5 Variabel Dan Definisi Operasional.....	35
3.5.1 Variabel	35
3.5.2 Definisi Operasional.....	35

3.6 Instrumen Penelitian	40
3.7 Uji Instrumen	41
3.7.1 Uji Validitas	41
3.7.2 Uji Reliabilitas	42
3.8 Teknik Analisis Data	43
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	43
3.8.1.1 Uji Normalitas	43
3.8.1.2 Uji Multikolonieritas.....	44
3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.8.3 Analisis Koefisien Korelasi (r)	46
3.8.4 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	48
3.8.5 Uji Hipotesis.....	48
3.8.3.1 Uji Simultan (Uji F)	48
3.8.3.2 Uji Parsial (Uji t)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Profil Perusahaan	52
4.1.2 Lokasi	52
4.1.3 Logo Perusahaan	53
4.1.4 Visi dan Misi	53
4.1.5 Struktur Organisasi	53
4.1.6 Data Retailer PT. Rindu Palembang	54
4.1.7 Karakteristik Responden	57
4.2 Pembahasan dan Interpretasi	59
4.2.1 Hasil Uji Validitas	59
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.3 Teknik Analisis Data	65
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	65
4.3.1.1 Uji Normalitas	65
4.3.1.2 Uji Multikolinearitas	66
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas	67

4.3.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
4.3.3 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	69
4.3.4 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.3.5 Uji Hipotesi	71
4.3.5.1 Hasil Uji Simultan (Uji F)	71
4.3.5.2 Hasil Uji Parsial (Uji t)	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan PT. Rindu Palembang Tahun 2019-2021	2
Tabel 2.1	Penelitian Lain yang Relevan	24
Tabel 3.1	Waktu Penelitian	28
Tabel 3.2	Data Retailer Pertama Periode 2019-2021	31
Tabel 3.3	Variabel dan Definisi Operasional	36
Tabel 3.4	Desain Skala Likert	41
Tabel 3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi	48
Tabel 4.1	Data Retailer PT. Rindu Palembang	54
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Jumlah Pemesanan per Bulan	59
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	60
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan	61
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	61
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.9	Hasil Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	63
Tabel 4.10	Hasil Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan	63
Tabel 4.11	Hasil Reliabilitas Variabel Harga	64
Tabel 4.12	Hasil Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68

Tabel 4.16 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	70
Tabel 4.17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.18 Hasil Uji F	71
Tabel 4.19 Hasil Uji t	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	26
Gambar 4.1 Logo PT. Rindu Palembang	53
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Rindu Palembang	54
Gambar 4.3 P-Plot Normal	66
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

ABSTRAK

DINI FIJRIAH, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT. Rindu Palembang. (Dibawah bimbingan Ibu Lusia Nargis, S.E.,M.Si dan Bapak Herlan Junaidi, S.E.,M.P).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan harga terhadap keputusan pembelian. (2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. (3) Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. (4) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah retailer PT. Rindu Palembang yang membeli produk di PT. Rindu Palembang. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 84 retailer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian untuk menjawab hipotesis adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh F hitung sebesar 88,729 dengan signifikan 0,000. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh t hitung kualitas pelayanan sebesar 5,376 dengan signifikan 0,000. (3) Promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh t hitung sebesar 7,610 dengan signifikan 0,000. (4) Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan hasil t hitung sebesar 1,749 dan signifikan 0,000.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

DINI FIJRIAH, The Effect of Services Quality, Sales Promotion, and Prices on Product Purchasing Decisions at PT. Rindu Palembang. (Under the guidance of Mrs. Lusia Nargis, S.E.,M.Si and Mr. Herlan Junaidi, S.E.,M.P).

This study aims to determine: (1) The effect of service quality, sales promotion, and price on purchasing decisions. (2) The effect of service quality on purchasing decisions. (3) The effect of sales promotion on purchasing decisions. (4) The effect of price on purchasing decisions. The research method used in this study uses quantitative methods. The population in this study are retailers of PT. Miss Palembang who buys products at PT. I miss Palembang. The sampling technique used was random sampling with a total sample of 84 retailers. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The analysis technique used in research to answer the hypothesis is multiple linear regression. The results of this study indicate that: (1) Service quality, sales promotion, and price affect purchasing decisions. This is evidenced by the test results obtained F count of 88.729 with a significance of 0.000. (2) Service quality influences purchasing decisions. Based on the results of the partial test obtained t count service quality of 5.376 with a significance of 0.000. (3) Sales promotions have an effect on purchasing decisions. Based on the results of the partial test obtained t count of 7.610 with a significance of 0.000. (4) Price has an effect on purchasing decisions with t count results of 1.749 and a significant value of 0.000.

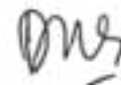
Keywords: Service Quality, Sales Promotion, Price, Purchase Decision

RIWAYAT HIDUP

Dini Fijriah, dilahirkan di Palembang pada tanggal 18 Desember 2000 dari Ayah yang bernama Ruslan dan Ibu bernama Suryati, anak keempat dari empat bersaudara.

Sekolah Dasar Negeri 49 Palembang diselesaikan pada tahun 2012, Sekolah Menengah Pertama Muhammadiyah 7 Palembang pada tahun 2015, Sekolah Menengah Atas YPI Tunas Bangsa diselesaikan pada tahun 2018, dan selanjutnya masuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang pada tahun 2019.

Palembang, 23 Maret 2023



Dini Fijriah

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia bisnis saat ini berkembang semakin ketat dan membuat perusahaan berusaha mencari strategi yang cepat dan tepat dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu, perusahaan bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan serta memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen.

Tujuan kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi pelanggan untuk bersedia membeli barang atau jasa perusahaan di saat mereka membutuhkan. Hal ini sangat penting bagi perusahaan untuk memahami bagaimana tingkah laku pelanggan sehingga perusahaan dapat mengembangkan produk, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produknya secara lebih baik.

Perkembangan industri alat elektronik begitu cepat seiring dengan kemajuan teknologi dan tingginya tingkat persaingan diantara perusahaan elektronik lainnya dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Barang elektronik merupakan salah satu kebutuhan konsumen yang digunakan untuk menunjang aktivitas sehari-hari yang kemudian didistribusikan sehingga bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Barang-barang elektronik yang sering digunakan oleh konsumen untuk menunjang aktivitasnya sehari-hari diantaranya adalah *audio*, lemari es, televisi, mesin cuci, *magicom* dan blender.

Semakin banyak permintaan masyarakat akan barang-barang elektronik, menyebabkan bisnis elektronik saat ini banyak ditemukan di berbagai tempat. Dari mulai bisnis pembuatan barang elektronik, toko elektronik sampai bisnis kredit elektronik banyak ditemukan di sekitar. Banyaknya bisnis elektronik yang bermunculan seperti ini, karena kebutuhan masyarakat akan barang elektronik juga semakin meningkat.

PT. Rindu Palembang merupakan distributor yang bergerak di bidang produk elektronik yang tentunya aktivitas dilakukan adalah mendistribusikan barang atau produk elektronik ke retailer atau pengecer, seperti kabel listrik, lampu, *magicom*, blender, mesin cuci, AC, televisi, dan lemari es.

Usaha PT. Rindu Palembang memiliki jumlah penjualan setiap tahunnya, yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1

Data Penjualan PT. Rindu Palembang Tahun 2019 - 2021

Tahun	Jumlah Penjualan (Rp)
2019	58.156.965.907
2020	254.894.559.910
2021	253.060.703.351

Sumber: Data Internal Perusahaan (2022)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa penjualan PT. Rindu Palembang pada tahun 2020 meningkat sangat pesat daripada tahun sebelumnya sebesar Rp254.894.559.910. Namun, pada tahun 2021 jumlah penjualan di PT. Rindu Palembang mengalami penurunan sebesar Rp253.060.703.351. Hal ini

menjadikan PT. Rindu Palembang melakukan berbagai strategi pemasaran seperti memberikan pelayanan yang terbaik bagi retailer sehingga retailer merasa nyaman. Dalam memberikan pelayanan kepada retailer, PT. Rindu Palembang menyediakan fasilitas seperti ruangan yang rapi dan bersih, karyawan berpenampilan menarik, dan tempat duduk yang nyaman serta luas. Menurut Tjiptono (Indrasari, 2019:16) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi yang diharapkan. Menurut Lupiyadi (Aditia, 2019:10) terdapat lima dimensi SERVQUAL, yaitu berwujud (*tangible*), reliabilitas (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*empathy*). Konsep ini juga dapat menjadi variabel berguna dalam menganalisis yang berkaitan dengan perilaku konsumen dimana keputusan pembelian termasuk didalamnya. Salah faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Tidak hanya memberikan pelayanan yang baik, PT. Rindu Palembang memberikan harga yang terjangkau kepada retailer untuk dapat menarik perhatian retailer, pasalnya kebanyakan retailer sering membandingkan harga produk satu dengan produk lainnya. Kebijakan harga sangat menentukan dalam pemasaran sebuah produk, karena harga adalah salah satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan. Melalui penetapan harga yang tepat, sebuah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang dapat mendukung biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya promosi. Menurut Abdurrahman (2015:109)

harga merupakan sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat ukur untuk mendapatkan barang atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (Indrasari, 2019:60) terdapat empat dimensi dari harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga. Perusahaan harus menyadari bahwa konsumen menginginkan harga yang pantas, dimana konsumen merasa bahwa pengorbanan yang mereka keluarkan berupa biaya sebanding dengan manfaat yang mereka peroleh.

Strategi lain yang dilakukan oleh PT. Rindu Palembang untuk meningkatkan *awareness* pada retailer adalah melakukan promosi penjualan. Promosi penjualan penting dilakukan agar produk atau jasa dikenal oleh masyarakat luar, meningkatkan penjualan, dan untuk menarik perhatian retailer. Menurut Laksana (Adillah, 2020:12) promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat dengan tujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal suatu produk menjadi mengenal produk. Menurut Tjiptono dan Chandra (2014:543) secara garis besar terdapat tiga klasifikasi utama dari promosi penjualan, yaitu promosi konsumen (*consumer promotions*), promosi dagang (*trade promotions*), dan promosi wiraniaga (*salesforce promotions*).

PT. Rindu Palembang melakukan promosi penjualan melalui media promosi offline maupun online. Untuk promosi online, PT. Rindu Palembang memasarkan produk melalui media sosial salah satunya aplikasi WhatsApp. Sedangkan untuk offline, PT. Rindu Palembang melakukan promosi secara langsung ke retailer-retailer.

Menurut Indrayanti (Kinanti, 2019:18) dengan kualitas pelayanan yang baik, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Hal ini mempunyai arti bahwa semakin perusahaan melakukan pelayanan yang baik maka akan berdampak pada keputusan pembelian. Sedangkan harga merupakan faktor utama yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian. Seseorang pasti akan mencari harga yang paling murah dengan membandingkan perusahaan satu dan perusahaan lain. Selain itu menurut Setyaningrum (Kinanti, 2019:17) tujuan promosi adalah menginformasikan akan adanya produk baru dan mengingatkan kembali para konsumen akan keberadaan produk baru. Strategi pemasaran melalui kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan harga bisa menjadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (Indrasari, 2019:70) keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen membuat keputusan untuk membeli berbagai produk dan merek yang terdiri dari urutan kejadian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Selain kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan harga, terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk di PT. Rindu Palembang secara tidak langsung seperti, kualitas produk atau citra merek yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa jumlah pendapatan per tahun PT. Rindu Palembang pada tahun 2021 mengalami penurunan sehingga perusahaan akan meningkatkan strategi-strategi pemasaran kepada retailer.

Melihat hal ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT. Rindu Palembang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk di PT. Rindu Palembang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di PT. Rindu Palembang?
3. Bagaimana pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk di PT. Rindu Palembang?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di PT. Rindu Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan:

1. Pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk di PT. Rindu Palembang.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di PT. Rindu Palembang.
3. Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk di PT. Rindu Palembang.
4. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di PT. Rindu Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang peneliti lakukan mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri, maupun bagi para pembaca atau pihak-pihak lain yang berkepentingan:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menarik konsumen dan sebagai bahan evaluasi perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Memberikan kesempatan peneliti untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang dipelajari selama dibangku kuliah dan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang akan digunakan di dunia kerja.

3. Bagi Program Studi Manajemen

Penelitian diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti lain untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya yang terkait dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran (Cetakan I)*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Abrar, F. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Foresthree X Kalis Bukittinggi)*. Bandung: Telkom University.
- Adillah, D. (2020). *Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha CV. Sukarami Motorindo di Palembang*. Palembang: Universitas Telkom.
- Aditia, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Warunk Upnormal Cabang Buah Batu Bandung*. Bandung: Telkom University.
- Andriyani dkk. (2021). *Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir*. Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
- Firmansyah, A. (2016). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Garaikan, D. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV. HIRA TECH.
- Harahap, R. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Telkom Cijawura Tahun 2020)*. Bandung: Telkom University.
- Haryono, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Grabcar Kota Bandung*. Bandung: Telkom University.

- Indrasari, D. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Kinanti, A. (2019). *Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang secara Online Melalui E-Commerce*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Kristiandika, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Citra Go-jek Terhadap Loyalitas Pelanggan PT GOJEK Indonesia di Kota Palembang*. Palembang: Universitas Tridinanti.
- Sugiyono. (2014). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono dan Candra. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.