

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PROMOSI, DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO CILUPBAH
SHOP PALEMBANG**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

YASINTA

NPM. 1901110127

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2023**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : YASINTA

Nomor Pokok/NPM : 1901110127

Jurusan/ Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa judul Skripsi **PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PROMOSI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO CILUPBAH SHOP PALEMBANG.**

Benar bebas dari Plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi ketentuan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.


Palembang, Maret 2023
Yang membuat pernyataan



Yasinta

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : YASINTA
Nomor Pokok/NIM : 1901110127
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi/Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Sosial, Promosi, dan
Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
Di Toko Cilupbah Shop Palembang.

Pembimbing Skripsi:

Tanggal12/09/2023 Pembimbing I :  **Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si**
NIDN: 0201018001

Tanggal11/09/2023 Pembimbing II :  **Yuni Adinda Putri, SE. M.Si**
NIDN: 0207069401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tanggal.....12/09/2023

Ketua Program Studi
Tanggal...12/09/2023




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



Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN: 0222096301

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : YASINTA
Nomor Pokok/NIM : 1901110127
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi/Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Sosial, Promosi, dan
Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
Di Toko Cilupbah Shop Palembang.

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 12/09/2023 Ketua Penguji : 
: Dr. M. Ima Andriyani, SE., M.Si
NIDN: 0201018001

Tanggal 11/09/2023 Penguji I : 
: Yuni Adinda Putri, SE. M.Si
NIDN: 0207069401

Tanggal 11/09/2023 Penguji II : 
: Nyayu Khairani Putri, SE, M.Si
NIDN: 0211029501



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal 12/09/2023

Ketua Program Studi

Tanggal 12/09/2023



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


: Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN: 0222096301

159/PS/DFE/23

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*“Jika dunia banyak alasan untuk kita menangis, kita harus punya satu alasan untuk tersenyum”
(Huang Renjun).*

*“Belajarlal mengalah sampai tak seorang pun mengalahkanmu,
belajarlal merendah sampai tak seorang pun bisa merendahkanmu,
belajarlal sabar sampai Allah mengangkat derajatmu.
(Habib Syech Assegaff).*

*“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu
tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang
ditakdirkan untukku tidak akan pernah
melewatkanmu”
(Umar bin Khattab)*

Persembahan:

Skripsi Ini Kupersembahkan Untuk:

- ❖ Allah Subhanahu Wa Ta'ala
- ❖ Kedua orang tua bapak dan ibu saya tercinta yang selalu mendoakan yang terbaik untuk ku
- ❖ Untuk saudara kakak serta ayuk ipar dan mertuaku
- ❖ Untuk suami dan anak ku yang tersayang
- ❖ Almamaterku
- ❖ Teman-teman angkatan 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang peneliti ajukan adalah “Pengaruh Faktor Sosial, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cilupbah Shop Palembang”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti. Tidak dapat di sangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling peneliti yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, M.P, selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr.Msy.Mikial,SE,M,Si.,AK.CA.CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE,M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
4. Ibu Mariyam Zanariah,SE,MM. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti.
5. Ibu Lusia Nargis SE,M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.
6. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE,M.Si, selaku Dosen Pembimbing I Skripsi Universitas Tridinanti.
7. Ibu Yuni Adinda Putri, SE,M.Si, selaku Dosen Pembimbing II Skripsi Universitas Tridinanti.
8. Dosen & Staff Karyawan Fakultas Ekonomi Tridinanti Palembang.
9. Ibu Sindi Novela, SE, selaku Pimpinan Cilupbah Shop

10. Kepada orang tua kami yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi.
11. Kepada suami dan anak saya tercinta terima kasih telah memberikan semangat dalam penyusunan skripsi.
12. Teman-Teman saya yang sudah memberikan bantuan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
13. Teman-Teman angkatan 2019 atas dorongan dan motivasi.
14. Dan semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, Maret 2023

Peneliti

Yasinta
1901110127

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Faktor Sosial.....	9
2.2 Promosi.....	11
2.3 Pelayanan.....	14
2.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.5 Penelitian Terdahulu.....	24
2.6 Kerangka Berpikir.....	30
2.7 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	32

3.1.1 Tempat Penelitian.....	32
3.1.2 Waktu Penelitian.....	32
3.2 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.1 Sumber Data.....	33
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3 Populasi Dan Sampel.....	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Rancangan Penelitian.....	36
3.4.1 Pendekatan Penelitian.....	36
3.4.2 Jenis Penelitian.....	36
3.5 Variabel Definisi Operasional.....	36
3.6 Instrumen Penelitian.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1 Uji Validitas.....	40
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.4 Regresi Linier Berganda.....	43
3.7.5 Uji Koefisien Korelasi (R).....	44
3.7.6 Uji Koefisien Korelasi Determinasi (R ₂).....	45
3.7.7 Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.1 Sejarah Toko Cilupbah Shop.....	48
4.1.2 Struktur Organisasi.....	49
4.1.3 Pembagian Tugas.....	50
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	52
4.2.1 Karakteristik Profil Responden.....	52
4.2.2 Hasil Uji Instrumen.....	53
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas.....	53

4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	58
4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.4 Teknik Analisis Data.....	60
4.4.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	60
4.4.2 Koefisien Korelasi.....	62
4.4.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	63
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	64
4.4.4.1 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	65
4.4.4.2 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	66
4.4.5 Pembahasan.....	69
4.4.4.1 Pengaruh Faktor Sosial, Promosi, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cilupbah Shop Palembang.....	69
4.4.4.2 Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cilupbah Shop Palembang.....	70
4.4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cilupbah Shop Palembang.....	71
4.4.4.4 Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cilupbah Shop Palembang.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Pakaian Cilupbah Shop.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	37
Tabel 3.3 Skala Ordinal.....	40
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	44
Tabel 4.1 Jenis Model Dan Harga Jual Pakaian.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial.....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan.....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 3.1 Rumus Regresi Linier Berganda.....	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Lembar Kuesioner.....	94
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuesioner.....	101
Lampiran 3 Output Hasil Pengujian Data.....	114

ABSTRAK

Yasinta, Pengaruh Faktor Sosial, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Cilupbah Shop Palembang (dibawah bimbingan Ibu Dr. M.Ima Andriyani, SE,M.Si dan Ibu Yuni Adinda Putri, SE,M.Si)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh faktor sosial, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko cilupbah shop palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan dan studi lapangan, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, dokumentasi. Adapun dalam penentuan sampel peneliti menggunakan teknik sampel dengan rumus slovin, teknik analisis data diproses menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah program *SPSS versi 24*. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa.

Secara simultan atau bersama-sama (Uji F) Hasil yang diperoleh tersebut terdapat adanya poengaruh yang signifikan dari Faktor Sosial (X_1), Promosi (X_2) dan Pelayanan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan tabel hasil uji persial (uji t) dapat dijelaskan: a). Variabel Faktor Sosial (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), Variabel Promosi (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), Variabel Pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata kunci : Faktor Sosial, Promosi, Pelayanan Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Yasinta, The Influence of Social Factors, Promotions, and Services on Purchasing Decisions at Cilupbah Shop Palembang Stores (under the guidance of Mrs. Dr. M.Ima Andriyani, SE, M.Si and Mrs. Yuni Adinda Putri, SE, M.Si)

The purpose of this study was to analyze the influence of social, promotional and service factors on purchasing decisions at cilupbah shop palembang. The research method used is a quantitative descriptive research method with data collection techniques through library research and field studies, with data collection techniques through interviews, questionnaires, documentation. As for determining the sample, the researcher used the sampling technique with the slovin formula, the data analysis technique was processed using multiple linear regression analysis which was processed by the SPSS version 24 program. Based on the results of the data analysis carried out, it can be concluded that.

Simultaneously or together (Test F) The results obtained show that there is a significant influence of Social Factors (X1), Promotion (X2) and Services (X3) which have a significant effect on Purchasing Decisions (Y). Based on the table of partial test results (t test) it can be explained: a). Social Factor Variable (X1) has a significant effect on purchasing decisions (Y), Promotion Variable (X2) has no significant effect on purchasing decisions (Y), Service Variable (X3) has a significant effect on purchasing decisions (Y).

Keywords: *Social Factors, Promotion, Services and Decisions Purchas*

RIWAYAT HIDUP

Yasinta, dilahirkan di Palembang pada tanggal 12 juni 2000 dari bapak Muhammad Yasin dan Ibu Dahlia, AR Anak ke 4 dari 4 bersaudara. Pendidikan sekolah dasar di selesaikan pada tahun 2012 di SD Negeri 32 Palembang, Sekolah SMP di selesaikan pada tahun 2015 di SMP N 32 Palembang. Smk di selesaikan pada tahun 2018 di SMK Negeri 3 Palembang. Pada tahun 2019 memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang ,Maret 2023

Yasinta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis semakin tinggi dan semakin ketat, setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk mendapatkan pangsa pasar yang setiap harinya akan selalu bertumbuh. Pembelian konsumen merupakan hal yang unik karena preferensi setiap orang terhadap suatu produk berbeda-beda. Usaha bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan cukup pesat pada beberapa tahun terakhir ini dengan berbagai macam bentuk dan jenisnya. Seiring dengan pesatnya perkembangan usaha ritel ini, maka persaingan di bidang pemasaran ritel atau eceran pun semakin meningkat. Keadaan ini mendorong timbulnya persaingan sengit dalam bisnis, terutama di bidang pemasaran (Azis, 2018) .

Menurut Kotler & Amstrong (2014) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Munte & Sibarani (2021) mendefinisikan keputusan pembelian di dasar kan pada penilaian yang di bentuk mengenai nilai pemasaran yang dilakukan pemasaran apabila manajemen suatu perusahaan telah bekerja dengan baik maka, keputusan konsumen melakukan pembelian akan semakin besar dan juga perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang cukup untuk kegiatan operasional suatu perusahaan. Selanjutnya Pradana (2016) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian ialah Perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran.

Yulliyanie (2022) menegaskan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap barang atau jasa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti faktor sosial, promosi dan pelayanan yang dilakukan perusahaan. Keputusan akhir bahwa konsumen harus membeli barang atau jasa dengan pertimbangan tertentu, keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar berusaha memasarkan suatu produk kepada konsumen.

Lamb & Daniel (2001) mendefinisikan faktor sosial merupakan sekelompok orang yang secara bersama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara formal dan informal. Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Noviasari & Ikram (2013) mengatakan Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga peranan dan status.

Suatu promosi juga berperan penting dalam pemasaran, karena dapat mendorong permintaan serta konsumen juga merasa tertarik untuk membeli atau membeli ulang pada produk tersebut. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi antara perusahaan atau penjual dengan konsumen atau pembeli mengenai pengenalan suatu produk bagi konsumen Yulliyanie (2022). Sedangkan Widyawati (2020) mendefinisikan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Berapapun kualitasnya suatu

produk atau jasa, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Tasbikhi (2019) mengatakan promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Payne (2011) mendefinisikan bahwa suatu pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang dirasakan oleh konsumen pada saat memperoleh pelayanan, Payne juga mengatakan bahwa pelayanan pelanggan mengandung pengertian. Sebagai pembisnis memahami keputusan pembelian konsumen agar dapat memahami dan mengembangkan strategi untuk menjangkau konsumen. Cahyono (2019) mendefinisikan pelayanan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, apabila pelayanan tidak baik maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Iskandar & Nasution (2019) mengatakan bahwa pelayanan dapat diwujudkan dengan memberikan pelayanan kepada para pelanggan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang menjadi harapan pelanggan yaitu mendapatkan pelayanan yang memuaskan.

Cilupbah Shop merupakan Toko yang bergerak di bidang fashion terkenal di Kota Palembang Cilupbah Shop sendiri menjual berbagai fashion pakaian di kalangan remaja dan orang dewasa dengan menjual berbagai macam produk di antaranya menjual berbagai macam pakaian baju, sepatu, aksesoris, celana, dan lain sebagainya. Cilupbah Shop juga memiliki tiga cabang yang ada di kota

Palembang yang pertama ada di Jalan jaksa agung r soeprapto (Pusat), kedua Jalan jendral ahmad yani (Plaju) ,dan yang ketiga di Jalan kol hj burlian 2735-1 (Km9).

Tabel 1.1
Data Penjualan Produk Pakaian Toko Cilupbah Shop
Dari Bulan Januari-Desember 2022

Bulan	Pengunjung	Target	Realisasi
Januari	233	1.000	700/item
Februari	190	1.000	598/item
Maret	188	1.000	560/item
Apri	500	1.000	1.500/item
Mei	366	1.000	1.100/item
Juni	160	1.000	499/item
Juli	349	1.000	1.050/item
Agustus	220	1.000	660/item
September	250	1.000	780/item
Oktober	160	1.000	500/item
November	156	1.000	450/item
Desember	340	1.000	600/item
Jumlah	3.121		8.997/item

Sumber : Diolah oleh peneliti (2022)

Berdasarkan data penjualan pada Tabel 1.1 terdapat penjualan pada Cilupbah Shop dari bulan januari-desember 2022 tidak mencapai target setiap bulannya hanya di bulan April terjual 1.500 pakaian dengan pengunjung 500, sedangkan bulan Mei terjual 1.100 pakaian dengan pengunjung 366 dan bulan Juli terjual 1.050 pakaian dengan pengunjung 349. Artinya keputusan pembelian di Toko Cilupbah Shop masih sangat rendah. Dikarenakan faktor sosial dimana pada faktor ini dapat mempengaruhi pembelian pada Toko Cilupbah Shop di akibatkan adanya perilaku konsumen dalam berbelanja kebanyakan tidak ikut dalam memberitahuan kepada keluarga kebanyakan konsumen hanya datang sendiri-sendiri, artinya konsumen juga membeli produk sesuai dengan faktor

sosial seperti kelompok, keluarga, serta peran dan status juga memiliki pengaruh terhadap perilaku keputusan pembelian pada Toko Cilupbah Shop.

Promosi yang dilakukan Toko Cilupbah Shop tidak ada memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumen, promosi di Toko Cilupbah Shop masih sangat rendah ini di akibatkan oleh frekuensi promosi masih sangat sedikit, kualitas promosi masih rendah, waktu promosi yang diberikan masih sangat singkat, dan ketepatan sasaran promosi tidak terjangkau, ini mengakibatkan daya beli produk pada Toko Cilupbah Shop itu menurun.

Pelayanan yang diberikan Toko Cilupbah Shop saat konsumen melakukan belanja yaitu terlambatnya memberikan salam dan sapa pada konsumen, sehingga kadang membuat pembeli bosan dan pindah ke Toko yang lain. Ini diakibatkan oleh keandalan (*Reliability*) kemampuan pada saat memberikan pelayanan tidak cepat, daya tanggap empati (*Emphaty*) kurangnya komunikasi pada pelayanan, bukti nyata (*Tangible*) yang diberikan pada pelayanan masih kurang puas dan jaminan (*Assurance*) tidak ada jaminan pada pelayanan yang diberikan.

Dari latar belakang masalah di atas di jelaskan bahwa faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian ialah Faktor Sosial, Promosi, dan Pelayanan, serta didukung oleh penelitian terdahulu yang masih perlu dikembangkan, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Faktor Sosial, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Cilupbah Shop Palembang**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pertanyaan yang mencari jawaban melalui pengumpulan dan kajian data. Dimana pencarian dapat dilakukan berdasarkan tingkat interpretasi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor sosial, promosi, dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Cilupbah Shop Palembang?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Cilupbah Shop Palembang ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Cilupbah Shop Palembang ?
4. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Cilupbah Shop Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yaitu agar data dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan. Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut untuk :

1. Mengetahui pengaruh faktor sosial, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko Cilupbah Shop Palembang.
2. Mengetahui pengaruh faktor sosisal terhadap keputusan pembelian di toko Cilupbah Shop Palembang.

3. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di toko Cilupbah Shop Palembang.
4. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko Cilupbah Shop Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah penegasan dan harapan peneliti, tentang hasil yang didapatkan dalam penelitian memberi manfaat atau kegunaan secara teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya tentang pengaruh faktor sosial, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian dan dapat berguna dalam mendalami tentang masalah berkaitan dengan kegiatan pemasaran.
2. Diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan terutama dalam menciptakan minat beli melalui promosi dan pelayanan.
3. Diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Cilupbah Shop, untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian

2. Bagi Fakultas Manajemen Ekonomi, penelitian ini sebagai bahan masukan bagi fakultas dan menjadi reference tambahan bagi mahasiswa/i di masa mendatang.
3. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan yang lebih luas dan juga menjadi masukan pengetahuan bagi peneliti tentang faktor sosial, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Cilupbah Shop Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Pt Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi 2010. *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta 173
- Balhar, Muhammad Ahnaf, and Khuzaini Khuzaini. 2021 *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (Jirm)* 10.10
- Ariska, Vivi Dewi, Ayun Maduwinarti, and Ute Chairuz M. Nasution. 2022 *Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Prima Bakery Di Sidoarjo*. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*. Vol. 1. No. 01.
- Alhumaira, Betri Nelisa. 2018 *Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Merek Pocari Sweat pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau*. Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, .
- Aditi, Bunga, and H. M. Hermansyur. 2018 *Pengaruh atribut produk, kualitas produk dan promosi, terhadap keputusan pembelian mobil merek honda di Kota Medan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 19.1 :64-72.
- Azis, Abdul. 2018 *Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Alfamart*. Diss. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar,
- Budiharja, Riyono Gigih Erlik. 2016 *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati*. *Jurnal STIE Semarang* 8.2 :133954.
- Cahyono, Bagus Dwi. 2019 *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Cv. Javaland Arsitek Surabaya*. Diss. Universitas bhayangkara surabaya,.
- Fitriani, Annisatun Nur. 2019 *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Semen Di PT Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik*. Diss. Universitas Muhammadiyah Gresik,.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Management*. Cetakan Edisi kedua. Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi ketiga. Andi. Yogyakarta

- Ghozali, Imam. 2012 *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang,.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip
- Hudani, Amalina. (2020). *Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian*. Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA), 99-107.
- Iskandar, D., and Nasution, M. I. B. 2019, October. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada* (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i feb umsu). In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan Vol. 1, No. 1, pp. 128-137.
- Isoto, S., and Iwan Kurniawan Subagja. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Buah Melon Pt. Syafina Niaga*. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana 6.2 (2018).
- Kotler, and Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 edisi, dua belas. Jakarta. PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasar*, Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke, dua belas. Jilid 1. Terjemahan bob sabran. Jakarta. Erlangga
- Kotler and Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke ,tiga belas. Jakarta. Erlangga
- Kotler. 2012. *Principle Of Marketing*. 14th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, and Amstrong. 2012. *Marketing for Hosfitality and Tourism*. Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong 2014, *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta :Erlan
- Kuncoro, Mudrajad 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Munte, Annes, and Hendra Jonathan Sibarani. 2021 *Pengaruh saluran distribusi, keunggulan produk, dan persediaan produk, melalui keputusan pembelian pada PT. Tasya Gasindo Medan*. Jurnal Paradigma Ekonomika 16.1 :109-122.

- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair, and Carl D. McDaniel 2001. *Pemasaran*. Thomson Learning,.
- Pedoman Penulisan Skripsi Dan Laporan Akhir, 2023 Universitas Tridinanti Palembang
- Payne, A.2011 "Pemasaran Jasa (*The Essence of Service Marketing*), Terjemahan Fandy Tjiptono, Edisi Pertama." Yogyakarta: Andi.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 Jakarta: Erlangga, 2001, 205
- Putri, Selvia Melda, et al.2022 *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Lotus Pradipta Mulia Pekanbaru*. Ecountbis: Economics, Accounting and Business Journal 2.1 :267-278.
- Pradana, Dhyto. 2016 *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Saluran Distribusi, Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sereal Sarapan Nestle Koko Krunch*. BS thesis. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,.
- Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. 2019. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, 70(8), 827– 838.
- Sugiyono. 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: cv.Afabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit AlfaBeta.
- Sugiyono. 2007 *Metedologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, CV. Alfabeta, Bandung, .
- Schiffman, and Kanuk,. 2007, *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh*. Penerbit Permata Puri Media, Jakarta Barat.
- Sitanggang, Y. R. 2021.*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online Di Kota Batam*.
- Sucianto Tjia, H., and Kadafi, M. 2017. *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian (The effect of product quality and distribution prices on purchasing decisions)*. Kinerja, vol 14, no 2, 92–97.

- Setianto, Rico. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Yamaha Indonesia Motor Cabang Semarang*. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi 25.45 (2018).
- Siregar, 2013. *Uji Kualitas Data*. Jakarta. Agromedia Pustaka
- Tarigan, Rahmat Jauhar. 2021 *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. Diss.
- Vu, Hoai Nam Dang, Martin Reinhardt Nielsen, and Jette Bredahl Jacobsen. "Reference group influences and campaign exposure effects on rhino horn demand: Qualitative insights from Vietnam." *People and Nature* 2.4 (2020): 923-939.
- Veronica, Fiona 2021 *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Billindo Utama Di Kota Batam*. Skripsi thesis, Prodi Manajemen.
- Widyawati, Putri Heppy 2020 *Pengaruh Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspor Impor Pada Pt. Aman World Logistics*. Other thesis, Stia Dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya.
- Yulliyanie, Trie 2022 *Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bingas Manufacturing*. Skripsi thesis, Prodi Manajemen.