

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Kasus pada Konsumen Dunkin' Indonesia)

SKRIPSI



Oleh:

NOVITA PUSPA RAMADHANI

NPM. 19032010152

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

SURABAYA

2023

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus pada Konsumen Dunkin' Indonesia)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Teknik Industri**



Oleh:

NOVITA PUSPA RAMADHANI

NPM. 19032010152

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK**

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

SURABAYA

2023

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus pada Konsumen Dunkin' Indonesia)**

Oleh:

NOVITA PUSPA RAMADHANI

NPM. 19032010152

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi dan diterima oleh
Publikasi Jurnal Akreditasi Sinta 1-3
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Surabaya
Pada Tanggal 10 Agustus 2023

Tim Penguji:

1.

Ir. Iriani, M.M.T.

NIP. 19621126 198803 2 001

2.

Ir. Moch. Tutuk Safirin, M.T.

NIP. 19630406 198903 1 001

3.

Dr. Ir. Minto Waluyo, M.M.

NIP. 19611130 199003 1 001

Pembimbing:

1.

Dr. Ir. Minto Waluyo, M.M.

NIP. 19611130 199003 1 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Surabaya

Dr. Dra. Jarivah, M.P.

NIP. 19650403 199103 2 001



KETERANGAN REVISI

Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Novita Puspa Ramadhani
NPM : 19032010152
Program Studi : ~~Teknik Kimia~~ / Teknik Industri / ~~Teknologi Pangan~~ /
Teknik Lingkungan / Teknik Sipil

Telah mengerjakan revisi / tidak ada revisi *) ~~PRA-RENCANA (DESAIN)~~ / SKRIPSI
/ ~~TUGAS AKHIR~~ Ujian Lisan Periode September, TA. 2023/2024

Dengan judul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi
Kasus pada Konsumen Dunkin' Indonesia)

Dosen yang memerintahkan revisi

1. Dr. Ir. Minto Waluyo, M.M.
2. Ir. Iriani, M.M.T.
3. Ir. Moch. Tutuk Safirin, M.T.

Surabaya, 31 Agustus 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. Ir. Minto Waluyo, M.M.
NIP. 19611130 199003 1 001

Catatan: *) coret yang tidak perlu



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Puspa Ramadhani
NPM : 19032010152
Program Studi : Teknik Industri
Alamat : Jl. Rungkut Mapan Barat VIII / AH 12 A, Surabaya
No. HP : 081249226007
Alamat e-mail : 19032010152@student.upnjatim.ac.id

Dengan ini menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan skripsi saya dengan judul:

Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Dunkin' Indonesia)

Adalah benar penelitian saya sendiri atau bukan plagiat hasil penelitian orang lain, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan saya ajukan sebagai persyaratan kelulusan program sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik UPN "Veteran" Jawa Timur. Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 31 Agustus 2023

Mengetahui,

Koorprogdi Teknik Industri

Ir. Rusindiyanto, M.T.

NIP. 19650225 199203 1 001

Yang Membuat Pernyataan

Novita Puspa Ramadhani

NPM. 19032010152

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulisan Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Dunkin’ Indonesia)” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pada jenjang pendidikan S1 di Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik UPN “Veteran” Jawa Timur. Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan dan juga bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.M.T., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Jariyah, M.P. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. Rusindiyanto, M.T. selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Ir. Minto Waluyo, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan sabar.

5. Para dosen penguji yang membantu dalam pembenahan Skripsi saya serta semua dosen yang telah mengajar, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan ini.
6. Kedua orang tua tercinta, kakak, dan keluarga yang selalu mendoakan dalam setiap langkah saya dan selalu memberikan dukungan, baik dalam bentuk moril maupun materiil sehingga saya dapat mencapai gelar sarjana.
7. Pridy, Iqbal, Raffi, dan seluruh teman-teman, baik dari Program Studi Teknik Industri UPN “Veteran” Jawa Timur maupun teman-teman dari luar perkuliahan yang telah mendukung, memberikan semangat, dan senantiasa menemani saya dalam menjalani masa-masa kuliah yang tak terlupakan ini.
8. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam pembuatan atau penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca untuk perbaikan ke depannya. Akhir kata semoga Skripsi ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 31 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Asumsi.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Pemasaran dan Strategi Pemasaran	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran	15
2.2 Kualitas Produk	17
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	17
2.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	18
2.3 Kualitas Pelayanan	20
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	20
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	21
2.4 Promosi Penjualan.....	23
2.4.1 Pengertian Promosi Penjualan	23
2.4.2 Indikator Promosi Penjualan.....	24

2.5 Keputusan Pembelian	26
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	26
2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.6 Loyalitas Konsumen.....	32
2.6.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	32
2.6.2 Indikator Loyalitas Konsumen	34
2.7 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen...	36
2.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	36
2.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	36
2.7.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	37
2.7.4 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen.....	38
2.8 Pengukuran Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen.....	38
2.8.1 Kuesioner	38
2.8.2 Skala Pengukuran	39
2.8.3 Teknik <i>Sampling</i>	40
2.8.4 Uji Kecukupan Data	43
2.8.5 Uji Validitas.....	44
2.8.6 Uji Signifikansi.....	45
2.8.7 Uji Reliabilitas	46
2.8.8 Korelasi dan Regresi.....	47
2.9 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	52
2.9.1 Konsep Dasar SEM.....	52
2.9.2 Konvensi SEM.....	53
2.9.3 Langkah-langkah Pemodelan SEM	55

2.10 Analisis SWOT.....	63
2.10.1 Pengertian Analisis SWOT.....	63
2.10.2 Kegunaan dan Manfaat Analisis SWOT.....	64
2.10.3 Faktor dalam Analisis SWOT.....	65
2.10.4 Cara Pembuatan Analisis SWOT.....	67
2.10.5 Tahapan Perencanaan Strategi dengan Analisis SWOT....	69
2.10.6 Kaitan antara Metode SEM dan Metode Analisis SWOT .	71
2.11 <i>Software</i> Amos	73
2.12 Hipotesis	74
2.13 Penelitian Terdahulu.....	75
BAB III METODE PENELITIAN	83
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	83
3.2 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel	83
3.2.1 Variabel Eksogen (Variabel Bebas).....	83
3.2.1.1 Faktor Internal	83
3.2.1.2 Faktor Eksternal.....	84
3.2.2 Variabel Endogen (Variabel Terikat)	85
3.3 Metode Pengumpulan Data	88
3.3.1 Sumber Data Penelitian	88
3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	89
3.4 Langkah-langkah Pemecahan Masalah	90
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	100
4.1 Pembuatan <i>Path Diagram</i>	100
4.2 Penyusunan Kuesioner	101
4.3 Penyebaran Kuesioner	101
4.4 Pengumpulan Data.....	102
4.4.1 Stratifikasi Responden	102
4.5 Pengolahan Data Kuesioner	108
4.5.1 Uji Kecukupan Data	109
4.5.2 Memilih Matriks dan Estimasi SEM	109

4.6	Konversi <i>Path Diagram</i>	110
4.6.1	Persamaan Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	110
4.6.1.1	Uji Kesesuaian Model <i>Goodness of Fit Test</i>	110
4.6.1.2	Uji Validitas.....	112
4.6.1.3	Uji Signifikansi.....	113
4.6.1.4	Uji Reliabilitas.....	113
4.6.1.5	Uji Korelasi	115
4.6.1.6	Uji Kesesuaian Model <i>Goodness of Fit Test</i> setelah X ₂ Dikeluarkan	118
4.6.1.7	Uji Validitas setelah X ₂ Dikeluarkan	119
4.6.1.8	Uji Signifikansi setelah X ₂ Dikeluarkan.....	120
4.6.1.9	Uji Reliabilitas setelah X ₂ Dikeluarkan.....	121
4.6.1.10	Uji Korelasi setelah X ₂ Dikeluarkan	122
4.6.2	Persamaan Struktural (<i>Structural Model</i>).....	123
4.6.2.1	Uji Kesesuaian Model <i>Goodness of Fit Test</i>	123
4.6.2.2	Uji Validitas.....	125
4.6.2.3	Uji Signifikansi.....	126
4.6.2.4	Uji Reliabilitas.....	127
4.7	Persamaan Simultan	128
4.8	Uji Hipotesis.....	130
4.9	Analisis SWOT.....	132
4.10	Pembahasan	142
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		151
5.1	Kesimpulan.....	151
5.2	Saran	152
DAFTAR PUSTAKA		153
LAMPIRAN.....		162

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.1	<i>Top Brand Index</i> Toko Donat di Indonesia Tahun 2018–2022.....	2
Tabel 2.1	Ukuran Sampel	44
Tabel 2.2	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi serta Analisis bagi Koefisien Korelasi	50
Tabel 2.3	<i>Goodness of Fit Indices</i> (Uji Kesesuaian Model).....	61
Tabel 2.4	Matriks SWOT	71
Tabel 3.1	Faktor Eksternal Dunkin’	84
Tabel 3.2	Identifikasi Variabel dan Indikator Variabel	86
Tabel 4.1	Rekapitulasi Jenis Kelamin Responden.....	103
Tabel 4.2	Rekapitulasi Usia Responden	103
Tabel 4.3	Rekapitulasi Domisili Responden	104
Tabel 4.4	Rentang dan Indikator	105
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi tiap Indikator	105
Tabel 4.6	Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut-Off Value</i> pada <i>Measurement Model</i>	110
Tabel 4.7	Uji Validitas, Uji Signifikansi, dan <i>Regression Weights</i> pada <i>Measurement Model</i>	112
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas pada <i>Measurement Model</i>	114
Tabel 4.9	Uji Korelasi pada <i>Measurement Model</i>	115
Tabel 4.10	Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut-Off Value</i> pada <i>Measurement Model</i> setelah X ₂ Dikeluarkan	118
Tabel 4.11	Uji Validitas, Uji Signifikansi, dan <i>Regression Weights</i> pada <i>Measurement Model</i> setelah X ₂ Dikeluarkan	120
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas pada <i>Measurement Model</i> setelah X ₂ Dikeluarkan	121
Tabel 4.13	Uji Korelasi pada <i>Measurement Model</i> setelah X ₂ Dikeluarkan.	122
Tabel 4.14	Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut-Off Value</i> pada <i>Structural Model</i>	123

Tabel 4.15	Uji Validitas, Uji Signifikansi, dan <i>Regression Weights</i> pada <i>Structural Model</i>	125
Tabel 4.16	Uji Reliabilitas pada <i>Structural Model</i>	127
Tabel 4.17	Matriks SWOT pada Dunkin'	134

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Kerangka Konseptual Penelitian	7
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	27
Gambar 2.2	Teknik <i>Sampling</i> secara Skematis	40
Gambar 2.3	<i>Path Diagram</i>	56
Gambar 2.4	Proses Pengambilan Keputusan Strategi Bisnis	67
Gambar 2.5	Diagram Analisis SWOT.....	68
Gambar 3.1	Langkah-langkah Pemecahan Masalah	92
Gambar 4.1	Model Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen pada Dunkin' Indonesia.....	100
Gambar 4.2	Diagram Lingkaran Rentang Kategori Tidak Baik	107
Gambar 4.3	Diagram Lingkaran Rentang Kategori Baik.....	107
Gambar 4.4	Diagram Lingkaran Rentang Kategori Sangat Baik.....	108
Gambar 4.5	Pemilihan Matriks dan Estimasi pada Amos 24.....	109
Gambar 4.6	<i>Measurement Model</i> Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen pada Dunkin' Indonesia	111
Gambar 4.7	<i>Measurement Model</i> setelah Dilakukan Penghapusan X_2 Akibat Adanya Korelasi Antarvariabel Eksogen pada Analisis Model Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen pada Dunkin' Indonesia.....	119
Gambar 4.8	<i>Structural Model</i> Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen pada Dunkin' Indonesia	124

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul
Lampiran 1.	Ulasan atau <i>Review</i> Konsumen
Lampiran 2.	Kuesioner Penelitian
Lampiran 3.	Hasil Rekapitulasi Pengisian Kuesioner
Lampiran 4.	Tabel Frekuensi
Lampiran 5.	Tabel Nilai Kritis Distribusi T
Lampiran 6.	Tabel <i>Chi-Square</i>
Lampiran 7.	<i>Output Measurement Model</i>
Lampiran 8.	<i>Output Measurement Model</i> setelah X ₂ Dikeluarkan
Lampiran 9.	<i>Output Structural Model</i>
Lampiran 10.	Perhitungan Manual

ABSTRAK

Banyaknya perusahaan restoran dan waralaba di Indonesia membuat masyarakat semakin selektif dalam memilih produk yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Dalam hal ini, perusahaan diharuskan cermat dalam menyusun strategi pemasaran demi memacu daya saing untuk memenangkan persaingan pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas konsumen serta strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen Dunkin'. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dan analisis SWOT dengan sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan tidak dapat dibuktikan karena dikeluarkan dari model penelitian yang disebabkan oleh adanya gejala multikolinearitas pada data, promosi penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Persamaan simultan yang didapat yaitu $Y_1 = 0,367 X_1 + (-0,024) X_3 + Z_3$ dan $Y_2 = 0,117 X_1 + (-0,008) X_3 + Z_4$. Strategi yang didapat dari hasil analisis SWOT dan dapat diterapkan oleh Dunkin' Indonesia yaitu dengan menerapkan strategi W-O yang terdiri dari: (1) Dunkin' dapat melakukan riset pasar untuk menemukan target pasar yang tepat dan menyesuaikan strategi promosi penjualan mereka dengan preferensi target pasar tersebut; (2) Dunkin' dapat memanfaatkan teknologi dan digitalisasi untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperkuat keterlibatan merek.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

The number of restaurant and franchise companies in Indonesia makes people more selective in choosing products that suit what they want. In this case, companies are required to be careful in developing marketing strategies in order to spur competitiveness to win market competition. Therefore, this study aims to determine the effect of product quality, service quality, and sales promotion on purchasing decisions that have an impact on consumer loyalty and strategies to improve Dunkin' consumer purchasing decisions. The method used in this research is the Structural Equation Modeling (SEM) method and SWOT analysis with a sample of 100 respondents. The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, service quality cannot be proven because it is excluded from the research model due to multicollinearity symptoms in the data, sales promotion has a negative and insignificant effect on purchasing decisions, and purchasing decisions have a positive and significant effect on consumer loyalty. The simultaneous equation obtained is $Y_1 = 0.367 X_1 + (-0.024) X_3 + Z_3$ and $Y_2 = 0.117 X_1 + (-0.008) X_3 + Z_4$. The strategy obtained from the results of the SWOT analysis and can be applied by Dunkin' Indonesia is to implement the W-O strategy which consists of: (1) Dunkin' can conduct market research to find the right target market and adjust their sales promotion strategy to the preferences of that target market; (2) Dunkin' can take advantage of technology and digitalization to increase customer convenience and strengthen brand engagement.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Sales Promotion, Purchase Decision, Consumer Loyalty.*