

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN, SISTEM
PELAYANAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO CREATIF
KOMPUTER DI KOTA METRO**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

**SELVI YUNIAR BAHARI
16610081**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2020



**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN, SISTEM PELAYANAN, DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO CREATIF KOMPUTER DI KOTA METRO**

Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Program Studi Manajemen

SKRIPSI

**SELVI YUNIAR BAHARI
16610081**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2020

ABSTRAK

Selvi Yuniar Bahari. 2020. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Sistem Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pada ToKO Creative Computer Kota Metro*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pembimbing: (1) H. Suryadi, S.E., M.M. (2). Fitriani, S.E., M.M.

Pembeli dalam mengambil keputusan untuk membeli produk perusahaan tentunya berbagai faktor. Komunikasi antara pembeli dan penjual menjadi hal yang sangat penting dimana pembeli membutuhkan informasi yang jelas. Selain itu, pelayanan yang memuaskan juga dapat menjadi faktor dalam mengambil keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasarant terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro, Pengaruh kepuasan pembeli terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro, Pengaruh komunikasi pemasaran, Sistem pelayanan dan kepuasan pembeliterhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro.

Jenis penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, dengan jenis penelitiannya adalah penelitian survei. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan menghasilkan data-data dari hasil pengukuran variabel di lapangan. Data yang diperoleh dari hasil penelitian selanjutnya dianalisis dengan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Komunikasi Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian di perusahaan "Creative Computer" Kota Metro. Komunikasi pemasaran merupakan suatu hubungan dan interaksi yang terjadi antara penjual atau pihak perusahaan dengan calon pembelinya. Pengaruh komunikasi pemasaran terlihat pada semua aspek pada komunikasi terhadap keputusan pembelian. Sistem pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Perusahaan yang memiliki pegawai cakap, cepat tanggap, handal, dapat dipercaya, serta memiliki tanggung jawab dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Calon pembeli yang menyukai pelayanan dan merasa nyaman akan sangat menentukan daya beli yang tinggi. Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Rasa puas yang ada dalam diri seorang calon pembeli maupun yang sudah menjadi pelanggan akan senantiasa melakukan pembelian secara berkelanjutan hal ini juga akan mempengaruhi calon pembeli yang lain karena salah satu konsumen yang merasa puas dengan pelayanan maupun produk-produk perusahaan akan senantiasa merekomendasikan pembeli lainnya untuk melakukan pembelian. Hal ini disebut dengan testimoni pembeli untuk calon pembeli lainnya

Kata Kunci: komunikasi pemasaran, sistem pelayanan, kepuasan konsumen, keputusan pembelian

ABSTRAK

Selvi Yuniar Bahari. 2020. The Effect of Marketing Communication, Service Systems, and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions in Metro Computer Creative Shops. Essay. Management major. Faculty of Economics and Business. Supervisor: (1) H. Suryadi, S.E., M.M. (2). Fitriani, S.E., M.M.

Buyers in making decisions to buy company products are of course various factors. Communication between buyer and seller becomes very important where the buyer needs clear information. In addition, satisfying service can also be a factor in making purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of marketing communications on purchasing decisions at Metro City Computer Creative Stores. The effect of service on purchasing decisions at Metro City's Creative Computer Shop, The influence of buyer satisfaction on purchasing decisions at Metro City's Creative Computer Shop, The influence of marketing communication, service system and buyer satisfaction on purchasing decisions at Metro City's Creative Computer Shop. This type of research conducted using quantitative methods, the type of research is survey research. Quantitative research is research by producing data from the measurement results of variables in the field. Data obtained from the results of subsequent studies were analyzed by multiple linear regression analysis.

Based on the results of the study concluded that Marketing Communication influences purchasing decisions at the company "Creative Computer" Metro City. Marketing communication is a relationship and interaction that occurs between the seller or the company with prospective buyers. The effect of marketing communication is seen in all aspects of communication on purchasing decisions. The service system has an influence on purchasing decisions. Companies that have competent, responsive, reliable, trustworthy, and responsible employees can influence purchasing decisions. Prospective buyers who like the service and feel comfortable will greatly determine the high purchasing power. Consumer satisfaction can influence purchasing decisions. Satisfaction that exists in a prospective buyer and who has become a customer will always make purchases on an ongoing basis this will also affect other prospective buyers because one consumer who is satisfied with the company's services and products will always recommend other buyers to make purchase. This is called a buyer's testimonial for other potential buyers.

Keywords : marketing communication, service system, customer satisfaction, purchasing decisions

RINGKASAN

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN, SISTEM PELAYANAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO CREATIF KOMPUTER DI KOTA METRO

Keputusan pembelian calon konsumen dalam suatu toko berdampak pada hasil penjualan produk di toko tersebut. Banyaknya produk yang terjual mengindikasikan bahwa banyak pembeli yang memutuskan untuk membeli produk di toko tersebut. Dalam melakukan keputusan pembelian ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan konsumen diantaranya adalah pelayanan yang baik, cara berkomunikasi atau menawarkan produk (komunikasi pemasaran), harga, kualitas produk, kepuasan pembeli atas produk, dan citra merek.

Faktor yang menjadi pertimbangan dalam pembelian produk dapat terjadi pada salah satu atau beberapa faktor saja misalnya adalah komunikasi pemasaran yang baik. Pemasaran atau biasa disebut pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara menawarkan sebuah produk kepada konsumen. Adapun dalam kegiatan ini, membutuhkan komunikasi yang baik. Pemasaran hendaklah menggunakan bahasa yang lancar dan mudah dimengerti oleh konsumen sehingga konsumen dapat tertarik atau berminat membeli produk yang ditawarkan.

Selain komunikasi pemasaran, pelayanan yang baik juga sangat menentukan keputusan pembelian konsumen. Pelayanan yang baik misalnya ramah tamah, senyum, sapa, dan salam perlu diterapkan sehingga dapat memberikan nuansa yang nyaman kepada nasabah. Kenyamanan dalam pelayanan akan memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Selanjutnya, kepuasan konsumen merupakan rasa puas yang

dirasakan konsumen setelah membeli produk. Kepuasan konsumen dapat terlihat dari rasa senang dan puas terhadap kualitas maupun harga yang ditawarkan oleh sebuah toko pada produk yang dijual. Kepuasan konsumen dapat memberikan keputusan pembelian konsumen pada produk-produk lain yang dijual pada toko yang sama.

Daya beli konsumen yang ada di toko Kreatif terbilang kurang stabil artinya masih perlu untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, pemasaran, dan kepuasan pembeli atas produk yang dibeli. Permasalahan dalam keputusan pembelian adalah calon pembeli belum sepenuhnya memahami produk-produk yang dibelinya. Banyaknya toko komputer dengan produk yang sama juga merupakan salah satu permasalahan yang menyebabkan pembelian pada konsumen dapat menurun. Dalam komunikasi pemasaran, toko kreatif komputer masih kurang melakukan komunikasi pemasaran. Pemasaran produk yang dilakukan yakni secara langsung tanpa menggunakan media promosi, misalnya facebook, atau media sosial lainnya. Menurut karyawan toko, media sosial kurang efektif digunakan sebagai media promosi karena penjelasan detail produk tidak bisa dilakukan secara lengkap.

Selain komunikasi pemasaran yang masih kurang efektif, pelayanan di toko kreatif sudah cukup baik. Masalah yang dihadapi adalah rasio antara karyawan dan pembeli biasanya kurang seimbang sehingga terkadang pembeli harus menunggu pelayanan karyawan yang relatif lama. Faktor lain yang dapat membantu dalam keputusan pembelian adalah kepuasan pembeli. Tanpa adanya kepuasan pembeli, keputusan pembelian tidak akan terjadi. Pembeli merupakan aset yang dimiliki oleh perusahaan, terlebih pembeli yang sudah menjadi langganan. Keputusan pembelian akan terjadi apabila pembeli puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan maupun penjelasan detail keunggulan produk yang dimiliki oleh toko. Hal ini senada dengan penelitian

Ratnasari (2018:13) Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah pelayanan karyawan dalam memberikan informasi kepada konsumen seputar produk yang diinginkan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data melalui poses pengukuran. Dalam penelitian ini, hasil pengukuran yang dilakukan adalah dengan mengukur Komunikasi pemasaran, sistem pelayanan, dan Kepuasan Konsumen dengan menggunakan kuisisioner atau angket. Skala angket diubah dengan menggunakan skala likert.. uji analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji t parsial, uji F simultan, dan uji determinasi.

Kesimpulan yang diperoleh

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Pemasaran berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di perusahaan "Creative Computer" Kota Metro; Sistem pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian; Kepuasan konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian; dan Komunikasi Pemasaran, sistem pelayanan, dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN, SISTEM PELAYANAN, DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO CREATIF KOMPUTER DI KOTA METRO**

SELVI YUNIAR BAHARI

NPM. 16610081

Telah Diuji Dinyatakan Lulus

Hari : Jum'at

Tanggal : 19 Juni 2020

Tempat Ujian : Online (Melalui Zoom Meeting)

Tim Penguji,

H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901

Ketua Penguji

Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604

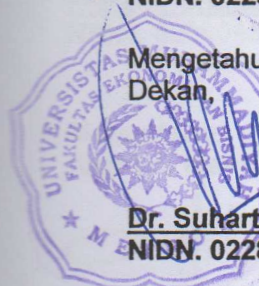
sekertaris

Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

Penguji Utama

Mengetahui
Dekan,

Dr. Suharto, S.E., M.M.
NIDN. 0228035801



MOTTO

HALAMAN PENGESAHAN

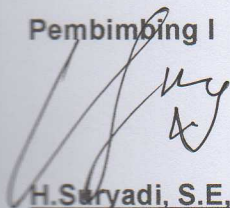
SKRIPSI

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN, SISTEM PELAYANAN, DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO CREATIF
KOMPUTER DI KOTA METRO

SELVI YUNIAR BAHARI
16610081

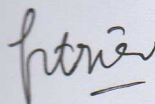
Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I



H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901

Pembimbing II



Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604

Mengetahui
Kaprodik Manajemen



Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

Artinya:

5. *Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*

6. *sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*

(QS. Al-Insyirah:5-6)

Berusaha, Berdoa, dan Bertawakal.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan, dan kesabaran untukku dalam menyelesaikan skripsi ini dan aku mempersembahkan ini kepada :

1. Ayahanda (Alm.Basrin) dan Ibu tercinta (Arbakyah) segala do'a dan rasa hormat bakti dan terimakasihku hanya untuk Ayah dan Ibu tercinta yang selama ini menantikan keberhasilanku dan tak pernah lelah membimbingku dan memberikan semangat dalam menempuh cita – cita ku.
2. Kakak tersayang, Ronny Okta Arwansyah, Devi Asrina dan Betari Karlinda yang selalu memberikan dorongan dan semangat untuk keberhasilanku. Semoga kesuksesan yang lebih besar dapat adik raih dimasa yang akan datang.
3. Sahabat – sahabatku dari S1 Manajemen Linda, Selviana, Renny, Nurul, Widi, Siti, Yuli, Diyah, Sinta dan Yuni terkhusus untuk Romi Andika terimakasih atas kebersamaan nya dan semangat nya untuk menyelesaikan skripsi serta keceriaan yang tercipta selama dibangku perkuliahan.
4. Dan Almamaterku Universitas Muhammadiyah Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa suatu halangan apapun, judul skripsi ini adalah “Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Sistem Pelayanan, dan Keputusan Pembelian terhadap Pengembangan Usaha Pada Toko Kreatif Komputer di Kota Metro.”

Penulis menghadapi berbagai macam kesulitan dan kendala selama penyusunan skripsi ini , namun berkat bantuan dan dukungan yang diberikan leh berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini .Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih ini kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd, Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Febriyanto, S.E.,M.M., ketua program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Suryadi, S.E., M.M. Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengrahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikan skripsi ini.
4. Fitriani, S.E., M.M. Dosen Pembimbing II yang tiada lelah dan banyak meluangkan waktu untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini, dan juga telah memberikan banyak saran, motivasi, serta bimbingan yang tiada bisa dibalas dengan apapun.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro yang sabar dan tulus memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

6. Dan semua pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dalam berbagai aspek sehingga masih jauh dari kesempurnaan . Untuk itu penulis memohon maaf atas segala kekurangan serta keterbatasan pada skripsi ini . Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat diakomodir dan dapat menjadi acuan dalam penyusunan skripsi kedepan.

Metro, Juni 2020

Selvi Yuniar Bahari
NPM.16610081

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Selvi Yuniar Bahari

NPM : 16610081

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Sistem Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Creatif Computer di Kota Metro”** adalah karya saya dan bukan hasil plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsure plagiat skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana dan akan mempertanggung jawabkannya secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Juni 2020

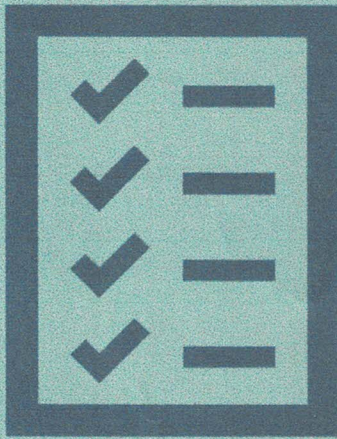
Yang membuat pernyataan



Selvi Yuniar Bahari
NPM. 16610081



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 1266/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : SELVI YUNIAR BAHARI
NPM : 16610081
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN, SISTEM PELAYANAN,
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO CREATIF KOMPUTER DI KOTA METRO**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 06 Juli 2020
Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi.ummetro@gmail.com

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Logo	ii
Halaman Judul.....	iii
Abstrak	iv
Ringkasan.....	vi
Halaman Persetujuan	viii
Halaman Pengesahan	ix
halaman Motto.....	x
Halaman Persembahan	xi
Kata Pengantar.....	xii
Pernyataan Tidak Plagiat.....	xiv
Surat Keterangan Hasil Uji Kesamaan (<i>Similarity Check</i>)	xv
Daftar Isi	xvi
Daftar Tabel.....	xviii
Daftar Gambar	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Perumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6

BAB II KAJIAN LITERATUR

A. Deskripsi Teori	8
B. Hasil Penelitian Relevan	23
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	29
B. Objek dan Lokasi Penelitian	29
C. Metode Penelitian.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Pengujian Prasyarat Instrumen	35
F. Pengujian Prasyarat Analisis Regresi Asumsi Klasik.....	38
G. Pengujian Hipotesis.....	39
H. Hipotesis Statistik.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	44
B. Hasil Penelitian	47
C. Analisis Data	59
D. Pembahasan	72

BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Penjualan Produk	2
2. Ringkasan Penelitian Relevan.....	24
3. Operasional Variabel dan Kisi-kisi Instrumen	33
4. Skala likert	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tahap Proses Keputusan Pembelian	21
2. Kerangka Pemikiran	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Deskripsi Data Kuisisioner
2. Uji Normalitas
3. Uji Linieritas
4. Uji Homogenitas
5. Uji R Determinasi
6. Uji Linier Berganda
7. Uji T Parsial