

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO EKLIN KESUGIHAN CILACAP



Oleh :
MAISAROHHANIFAH
NIM 212321004

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMAAL-GHAZALI
CILACAP
2025**

NOTA PEMBIMBING

Cilacap, 19 Agustus 2025
Kepada Yth :
Kaprodik Manajemen
Fakultas Ekonomi UNUGHA
Di Cilacap

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagai mana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Maisaroh Hanifah
NIM : 212321004
Fakultas/Prodi : Ekonomi/ Manajemen
Judul : Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Keputusan Pembelian Di Toko Eklin Kesugihan Cilacap

Dengan ini kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah kami setujui dan dapat diajukan untuk sidang munaqosah, Bersamaan ini kami kirimkan skripsi tersebut, semoga dapat segera di munaqosakan,atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Mengetahui,

Pembimbing I



Syafia'ah, SP.,M.M.
NIDN.0017108405

Pembimbing II



Hakim, M.M.
NIDN.0631128903

NOTA KONSULTAN

Hal : Naskah Skripsi
Lamp : -

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Nahdlatul Ulama Al
Ghazali Cilacap
Di –
Cilacap

Assalamualaikum wr.wb

Setelah membaca, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka konsultan berpendapat bahwa skripsi saudara:

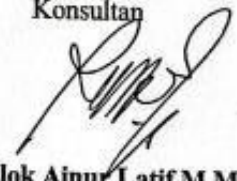
Nama : Maisaroh Hanifah
Nim : 212321004
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Eklin Kesugihan Cilacap

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al- Ghazali Cilacap untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar strata satu (S-1).

Wassalamu'alaikum wr.wb

Cilacap, 12 September 2025

Konsultan



Elok Ainur Latif M.M.

NIDN: 0631109002

PENGESAHAN

Skripsi Saudara

Nama : **MAISAROH HANIFAH**
NIM : 212321004
Judul : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Eklin Kesugihan Cilacap

Telah disidang Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap pada hari / tanggal :

Jum'at, 12 September 2025

Dan dapat diterima sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa Program Strata 1 (S.1) Manajemen Fakultas Ekonomi pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.

Cilacap, 12 September 2025

Dewan Sidang

Ketua


Elok Ainur Latif, M.M.
NIDN. 0631109002

Sekretaris


Dina Prasetyaningrum, M.M.
NIDN. 0619129101

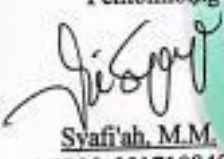
Penguji 1


Dina Prasetyaningrum, M.M.
NIDN. 0619129101

Penguji 2


Suwono, M.Si.
NIDN. 0630106503

Pembimbing

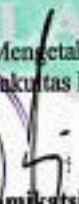

Syafi'ah, M.M.
NIDN. 0017108405

Ass. Pembimbing


Hakim, M.M.
NIDN. 0631128903

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi




Muna Pamikatsih, M.E.Sy.
NIDN. 0631058803

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maisaroh Hanifah

Nim : 212321004

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Cilacap,

Yang membuat pernyataan



NIM 212321004

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Al Baqarah 286)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(Q.S Al-Insyirah:5)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul ‘‘Pengaruh Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Eklin Kesugihan Cilacap. Dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan skrip^{2,74} cmsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Lutfi Hamidi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali.
2. Mutia Pamikatsih, M.E.Sy. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Syafi’ah, SP.,M.M. selaku dosen pembimbing I dan Hakim, M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga tersusunya skripsi ini.
4. Para dosen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdatul Ulama Al Ghazali yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan dalam menyusun skripsi dan bekal dalam kehidupan dan do’a.
5. Maisaroh Hanifah, ya! Diri saya sendiri, Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai titik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. *God thank you for being me independent women, i know there are more great ones but i’m proud of this achievement.*
6. Superhero dan Panutanku, Bapak, Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, Namun mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan.
7. Pintu Surgaku, Mamah yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan doa hingga penulis mampu menyelesaikanya.
8. Kakak dan Adik tercinta yang telah memberikan bantuan dan dukungan, baik secara moral maupun material.
9. Seluruh orang terdekat yang tiada hentinya memberikan penulis dukungan dan semangat. Dan seluruh pihak yang membantu penulis dalam me Maisaroh Hanifah nyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karna itu penulis sangat mengharapkan kesediaan pembaca untuk memberikan kritik dan saran demi sempurnanya skripsi ini.

Akhirnya penulis menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya kepada pembaca seandainya terdapat kesalah-kesalahan di dalam skripsi ini dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yg membutuhkan.

Cilacap, 14 Agustus 2025



Maisaroh Hanifah
NIM 212321004

RINGKASAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk promosi dan kualitas pelayanan, guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Toko Eklin Kesugihan Cilacap yang bergerak di bidang penjualan perlengkapan santri mengalami fluktuasi penjualan sejak tahun 2022, sehingga diperlukan evaluasi terhadap strategi promosi dan kualitas pelayanan yang diterapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan pembelian di Toko Eklin Kesugihan Cilacap. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 102 responden yang dipilih menggunakan metode random sampling dari populasi konsumen toko. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai uji t hasil perhitungan sebesar 3,018 yang lebih besar dibandingkan nilai uji t pada tabel sebesar 1,983. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai uji t hasil perhitungan sebesar 5,024 yang lebih besar dibandingkan nilai uji t pada tabel sebesar 1,983.

Secara simultan, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai uji F hasil perhitungan sebesar 24,561 yang lebih besar dibandingkan nilai uji F pada tabel sebesar 3,09. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,330 menunjukkan bahwa variabel promosi dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 33%, sedangkan sisanya sebesar 67% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa strategi promosi yang tepat dan pelayanan yang berkualitas secara nyata mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Toko Eklin Kesugihan Cilacap.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

SUMMARY

The increasingly competitive business environment requires companies to implement effective marketing strategies, including promotion and service quality, to improve consumer purchasing decisions. Toko Eklin Kesugihan Cilacap, which specializes in selling Islamic boarding school supplies, has experienced fluctuating sales since 2022. Therefore, it is necessary to evaluate the promotion strategies and service quality implemented. This study aims to determine the effect of promotion and service quality, both partially and simultaneously, on purchasing decisions at Toko Eklin Kesugihan Cilacap. The research method used is quantitative, with data collected through questionnaires distributed to 102 respondents selected using the random sampling method from the store's consumer population. Data analysis was carried out using validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis.

The results of the study show that promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.003, which is smaller than 0.05, and a calculated t-test value of 3.018, which is greater than the table t-test value of 1.983. Service quality also has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.000, which is smaller than 0.05, and a calculated t-test value of 5.024, which is greater than the table t-test value of 1.983.

Simultaneously, promotion and service quality have a significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.000, which is smaller than 0.05, and a calculated F-test value of 24.561, which is greater than the table F-test value of 3.09. The coefficient of determination (R^2) of 0.330 indicates that promotion and service quality variables are able to explain 33% of purchasing decisions, while the remaining 67% are influenced by other factors outside this study. These findings confirm that appropriate promotion strategies and high-quality service can significantly improve consumer purchasing decisions at Toko Eklin Kesugihan Cilacap.

Keywords: Promotion, Service Quality, Purchasing Decision