

**PENGARUH PERSPSI HARGA KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO**

MURAH REJEKI TOILI BARAT

SKRIPSI



Disusun Oleh :

I Komang Aditya

11190664

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana manajemen



Disusun Oleh:

I Komang Aditya

11190664

DUTA WACANA

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS

KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Komang Aditya
NIM : 11190664
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH PERSEPSI HARGA KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO MURAH REJEKI TOILI BARAT”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 15 Januari 2024

Yang menyatakan



(I Komang Aditya)
NIM.11190664

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERSPSI HARGA KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO MURAH REJEKI TOILI BARAT**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

I KOMANG ADITYA

11190664

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada tanggal 19 Desember 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Lucia Nurbani Kartika, S.pd., MM
(Ketua Tim Penguji / Dosen Penguji)
2. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Penguji)
3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Pembimbing)







Yogyakarta, 4 Januari 2024

DU TA WACANA

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen




Dr. Perminas Pangeran, SE., M. Si.



Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si.

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO
MURAH REJEKI TOILI BARAT**

Yang telah saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan karya penulisan pihak lain diperguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiarism atau tiruan dari karya lain maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 14 November 2023



I Komang Aditya

11190664

DUTA WACANA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menguatkan, memberkati dan melindungi dalam segala hal.
2. Kepada kedua orang tua saya (I Wayan Sumindra dan Ni Wayan Urip) yang selalu memberikan doa dan dukungan moril maupun materi.
3. Kepada kakak saya I Putu Eka Ariana, I Kadek Yudiana, Priscilla Yessy Handayani dan Ni Komang Susiani yang telah memberikan saya nasehat dan semangat dan motivasi dalam menjalankan kuliah dengan baik.
4. Kepada dosen pembimbing saya Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D. yang telah mengajari saya dalam membuat skripsi yang baik dan juga memberikan saya ilmu yang sangat bermanfaat bagi kehidupan saya kedepannya.
5. Kepada Kelin yang selalu menyemangati saya dalam bentuk dukungan dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi saya.
6. Kepada teman seperjuangan skripsi saya Nico, Tama, Frengky, Pangi, Regita, Mike, Diny, Feni, Acai, Yosia yang telah membantu memberi semangat dalam mengerjakan skripsi saya.
7. Kepada Karni, Tadeus, Eva, Delvi, Cila, Edo yang telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi saya serta memberikan semangat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagisaya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D. selaku dosen pembimbing saya saat mengerjakan skripsi.
4. Dr. Singgih Santoso, MM selaku dosen wali saya dari awal sampai akhir kuliah.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Yogyakarta, 14 November 2023



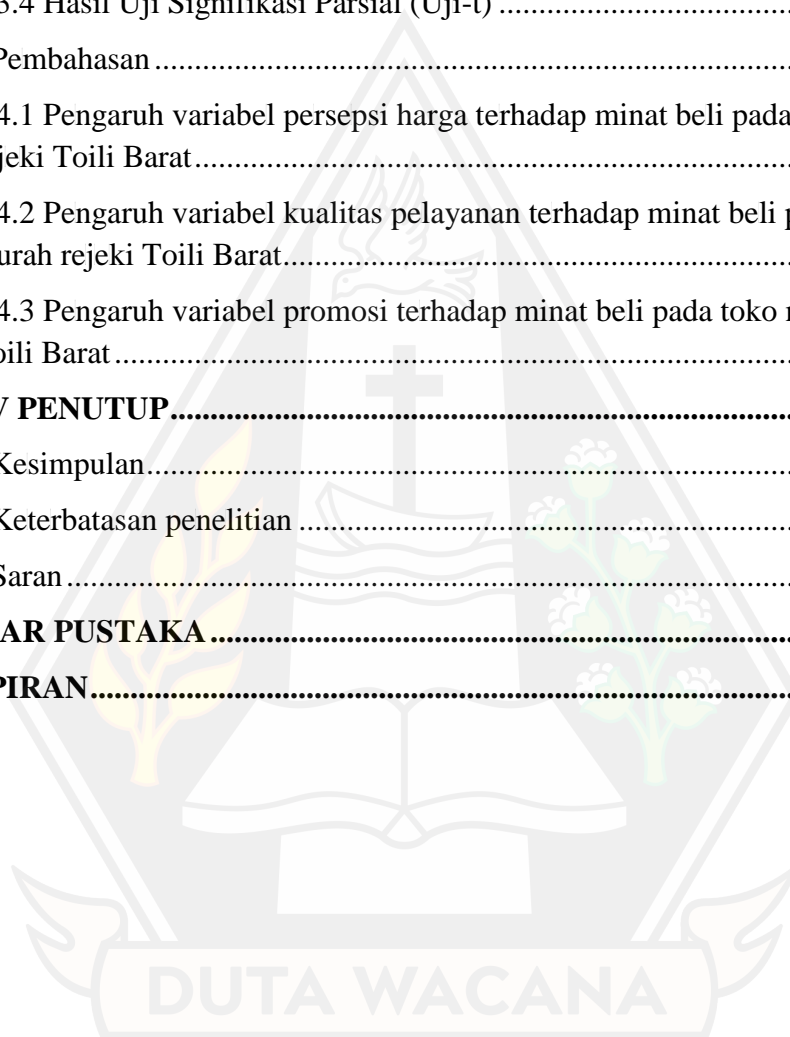
I Komang Aditya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Batasan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Persepsi Harga.....	6
2.1.1 Pengertian Harga	6
2.1.2. Pengertian Persepsi Harga	6
2.1.3 Faktor-faktor penetapan harga.....	7
2.1.4. Indikator Persepsi harga	8
2.2 Kualitas Pelayanan	8
2.2.1 Pengertian Kualitas pelayanan.....	8
2.2.2 Faktor-faktor Kualitas Pelayanan	9
2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	10
2.3 Promosi.....	11
2.3.1. Pengertian Promosi.....	11

2.3.2. Tujuan dari promosi.....	11
2.3.3 Jenis-Jenis Promosi.....	12
2.3.4. Indikator Promosi	13
2.4 Minat Beli.....	14
2.4.1 Pengertian Minat Beli	14
2.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.....	14
2.4.3. Indikator Minat Beli	17
2.5 Perumusan Hipotesis	17
2.5.1. Hubungan antara persepsi harga terhadap minat beli konsumen	17
2.5.2. Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen..	18
2.5.3. Hubungan antara promosi terhadap minat beli konsumen	19
2.6. Kerangka Konseptual	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Jenis Penelitian.....	22
3.2. Populasi dan Sampel	22
3.2.1. Populasi.....	22
3.2.2. Sampel	23
3.3. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	23
3.4. Teknik pengambilan sampel.....	29
3.5. Teknik Pengumpulan data	30
3.6. Jenis dan sumber data.....	30
3.7. Skala Pengukuran Variabel	31
3.8. Teknik Analisis Data	31
3.9. Uji Validitas	32
3.10 Uji Reliabilitas.....	33
3.11 Analisis Deskriptif.....	34
3.12. Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.13. Uji Hipotesis.....	35
3.13.1. Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.13.2. Uji Simultan (Uji f).....	36
3.13.3. Uji parsial (Uji t).....	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	37

4.1.1 Hasil Uji Validitas	37
4.1.2 Hasil Uji Reabilitas.....	39
4.2 Statistik Deskriptif.....	41
4.3 Hasil Uji Hipotesis	43
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
4.3.2 Hasil Koefisien Dertiminasi (Uji R ²).....	46
4.3.3 Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji-f)	47
4.3.4 Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji-t)	48
4.4 Pembahasan	50
4.4.1 Pengaruh variabel persepsi harga terhadap minat beli pada toko murah rejeke Toili Barat.....	50
4.4.2 Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap minat beli pada toko murah rejeke Toili Barat.....	51
4.4.3 Pengaruh variabel promosi terhadap minat beli pada toko murah rejeke Toili Barat.....	52
BAB V PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Keterbatasan penelitian	54
5.3 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58



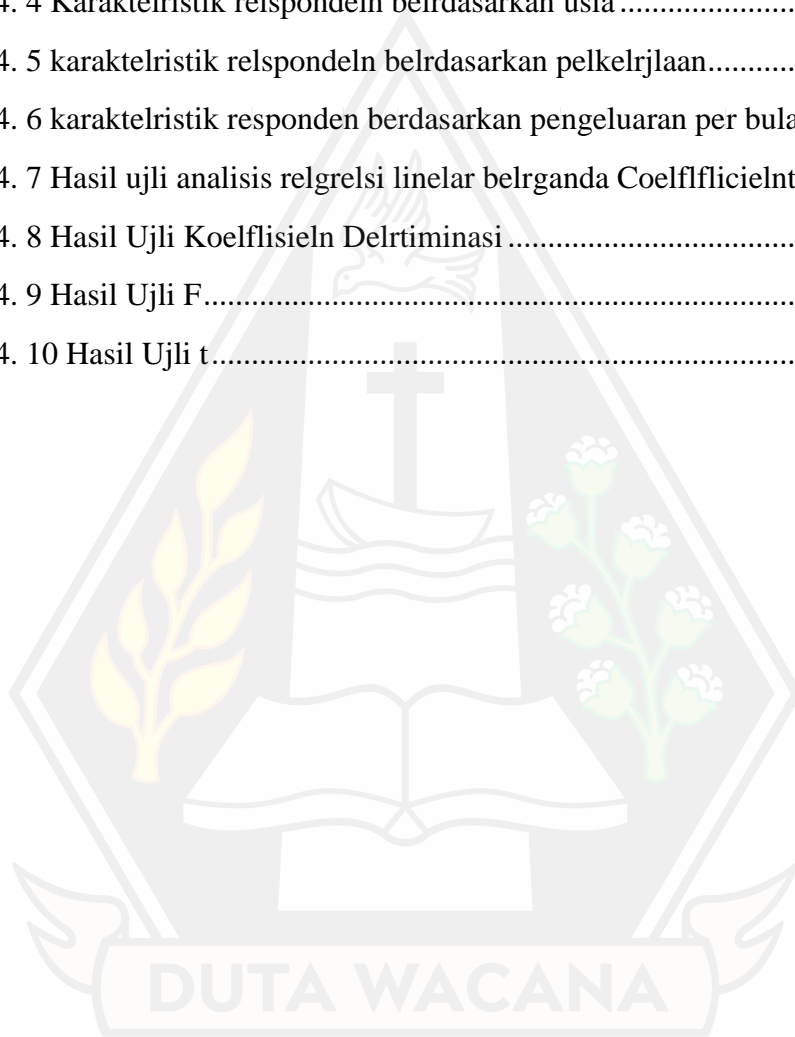
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Gambaran Kerangka Konseptual 20



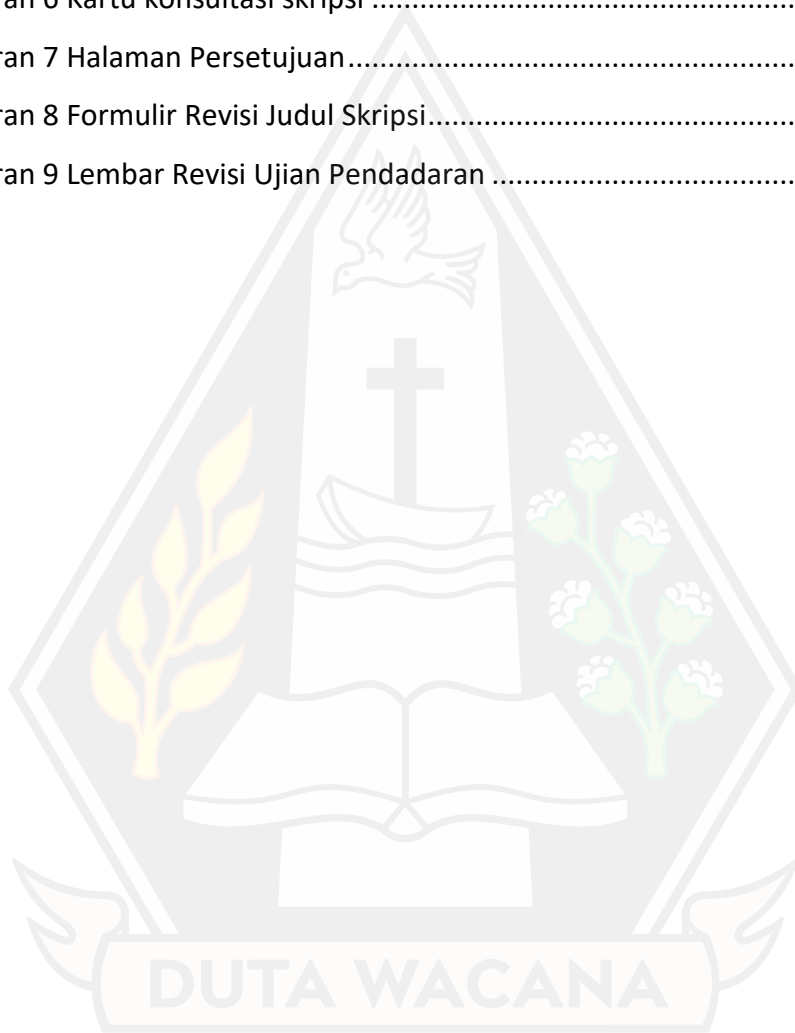
DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 oprasional variabel penelitian	23
Tabel 3. 2 skala pengukuran variabel.....	31
Tabel 4. 1 hasil uji validitas	38
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	41
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan usia	41
Tabel 4. 5 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	42
Tabel 4. 6 karakteristik responden berdasarkan pengeluaran per bulan.....	43
Tabel 4. 7 Hasil uji analisis regresi linier berganda Coefisien tsa	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji F.....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner	58
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	63
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	68
Lampiran 4 Data Responden	69
Lampiran 5 Data Excel Kusioner.....	71
Lampiran 6 Kartu konsultasi skripsi	76
Lampiran 7 Halaman Persetujuan.....	77
Lampiran 8 Formulir Revisi Judul Skripsi.....	78
Lampiran 9 Lembar Revisi Ujian Pendadaran	79



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO
MURAH REJEKI TOILI BARAT**

I KOMANG ADITYA

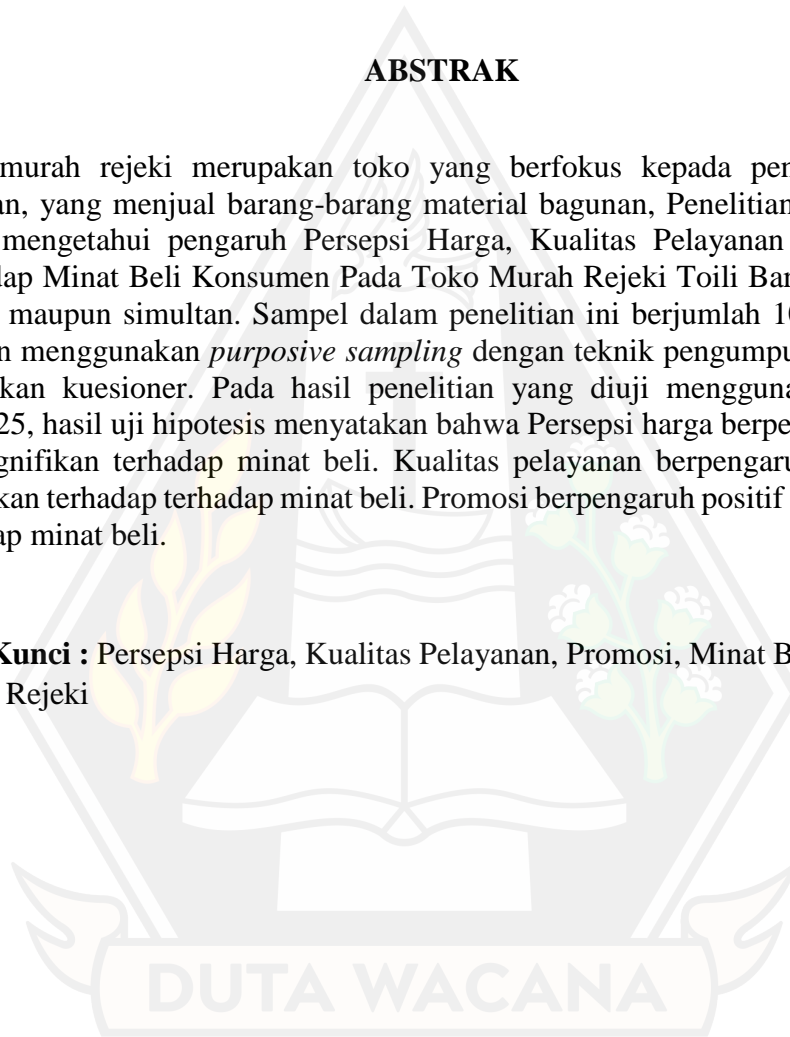
11190664

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta
Wacana**

ABSTRAK

Toko murah rejeki merupakan toko yang berfokus kepada penjualan bahan bangunan, yang menjual barang-barang material bangunan, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Murah Rejeki Toili Barat baik secara parsial maupun simultan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dengan menggunakan *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data yang digunakan kuesioner. Pada hasil penelitian yang diuji menggunakan program SPSS-25, hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat beli. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat Beli Pada Toko Murah Rejeki



THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, SERVICE QUALITY, AND PROMOTIONS ON CONSUMER BUYING INTEREST AT MURAH REJEKI SHOP, WEST TOILI

I KOMANG ADITYA

11190664

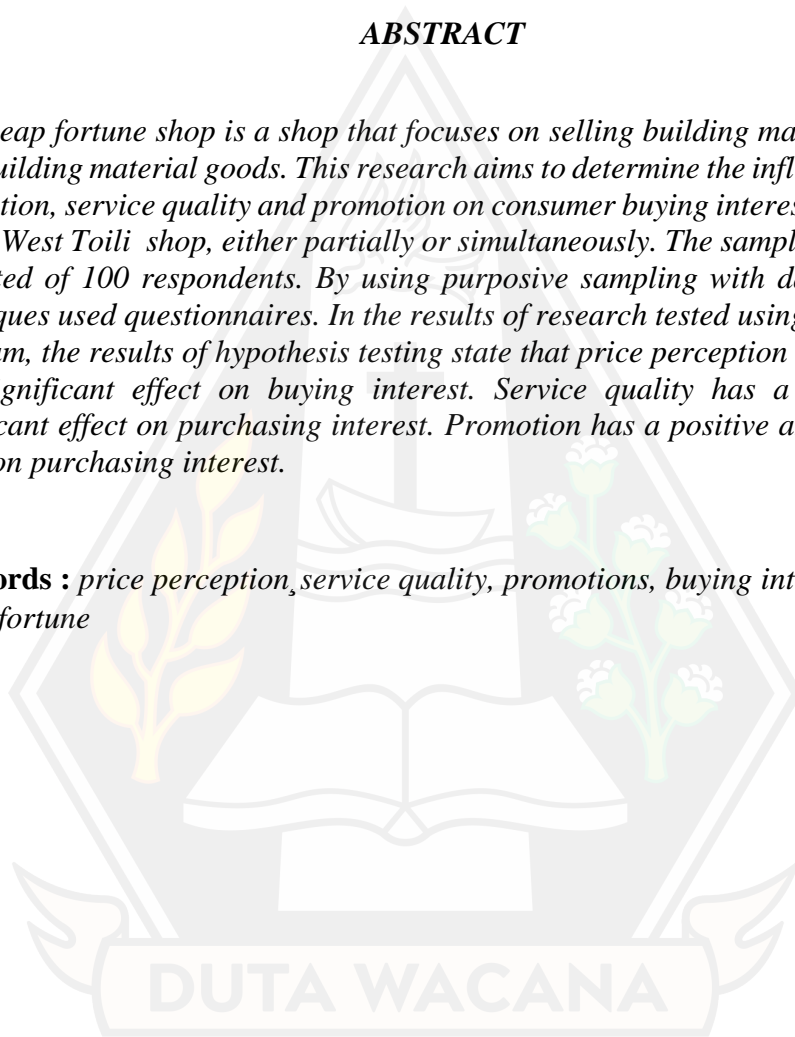
Department Management Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

ABSTRACT

The cheap fortune shop is a shop that focuses on selling building materials, which sells building material goods. This research aims to determine the influence of price perception, service quality and promotion on consumer buying interest at the cheap Rejeki West Toili shop, either partially or simultaneously. The sample in this study consisted of 100 respondents. By using purposive sampling with data collection techniques used questionnaires. In the results of research tested using the SPSS-25 program, the results of hypothesis testing state that price perception has a positive and significant effect on buying interest. Service quality has a positive and significant effect on purchasing interest. Promotion has a positive and significant effect on purchasing interest.

Keywords : *price perception, service quality, promotions, buying interest at cheap fortune*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini di tandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Toko murah rejeki merupakan toko yang berfokus kepada penjualan bahan bangunan, yang menjual barang-barang material bangunan seperti besi, semen, seng, paku, keramik dan lain-lain, yang banyak dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya baik untuk membuat rumah maupun perkantoran. Dikarenakan persaingan di dunia bisnis semakin tinggi membuat toko Murah Rejeki menerapkan strategi pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan promosi agar lebih unggul dibandingkan pesaing lain. Toko Murah Rejeki yang berada didaerah Toili Barat Sulawesi Tengah menunjukkan pendapatan setiap tahunnya sebesar 55 juta pada tahun 2017, pada tahun 2018 sebesar 60 juta, tahun 2019 40 juta mengalami penurunan yang dikarenakan adanya pandemi Covid-19, pada tahun 2020 30 juta menurun dikarenakan pandemi pada tahun 2020 sedang meningkat, 2021 50 juta mulai meningkat dikarenakan pandemi Covid-19 mulai mereda, dan pada tahun 2022 sebesar 55 juta.

Daerah Toili Barat dengan tingkat penduduk yang tinggi memiliki keragaman ekonomi penduduk, dimana banyak penduduk yang memiliki

ekonomi yang tinggi namun banyak juga yang memiliki ekonomi menengah kebawah. Oleh sebab itu dikarenakan pendapatan sangat mempengaruhi daya beli, maka diharapkan para pengusaha dapat memberikan harga yang relevan untuk keduanya. Disini Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Di dalam ilmu ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa serta sekaligus sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis. Menurut Lee dan Lawson Body (Bayu, Mitriani, & I Gusti, 2020) mengemukakan bahwa persepsi harga merupakan penilaian konsumen dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk akal dapat diterima atau dapat dijustifikasi. Oleh karena itu, yang pertama kali menarik perhatian dan minat konsumen adalah seberapa besar nilai yang harus mereka keluarkan untuk memperoleh produk yang ditawarkan.

Untuk meningkatkan penjualan dan kenyamanan konsumen, toko murah rejeki berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi. Yang di mana kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Jika konsumen puas dengan kualitas pelayanan yang kita berikan maka kemungkinan besar konsumen itu akan berlangganan di toko tersebut. Menurut Fandy Tjiptono (2014 : 268) Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penetapan penyampainya untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan berkualitas tinggi akan memiliki dampak

positif pada kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan tidak mendapatkan kualitas pelayanan yang mereka dapatkan sebelum pembelian kepercayaan mereka akan mengguncang yang pada gilirannya membuat pelanggan puas dan ini berakhir di saklar pelanggan untuk penyedia lainnya.

Seiring perkembangan teknologi di era moderen, dapat memberikan pengaruh positif bagi pengusaha. Toko murah rejeki memanfaatkan hal ini untuk melakukan promosi di beberapa media sosial seperti Facebook dan Instagram. Promosi ini dilakukan untuk memberi informasi sebuah produk dan diskon yang di tawarkan. Hal inilah salah satu faktor yang dapat memunculkan minat beli konsumen. Menurut Hamidah dan Setiawan (2014), promosi adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan guna menyampaikan informasi mengenai suatu produk beserta keunggulan atau manfaatnya kepada konsumen. Tujuan promosi adalah untuk meyakinkan dan mempengaruhi konsumen agar tertarik untuk membeli dan menggunakan produk tersebut, serta mengingatkan pelanggan yang menjadi target tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, promosi diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Singkatnya, kunci sukses dalam memperkenalkan dan menarik minat konsumen untuk membeli adalah dengan melakukan promosi produk secara efektif. Melalui promosi, konsumen dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik dan mengenal dengan lebih mendalam tentang produk yang ditawarkan oleh toko.

Oleh karena itu penelitian ini tertarik untuk meneliti pada persepsi harga, kualitas pelayanan, dan promosi yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen, karena hal tersebut selalu menjadi fokus utama penjual untuk menentukan penjualan di suatu tempat. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Murah Rejeki Toili Barat.”**

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang di atas maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen di Toko murah Rejeki Toili barat ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen di Toko murah Rejeki Toili barat ?
3. Apakah daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen di Toko murah Rejeki Toili barat ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap Minat Beli Konsumen di Toko murah Rejeki Toili barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Minat beli Konsumen di Toko murah Rejeki Toili barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik promosi terhadap Minat

Beli Konsumen di Toko murah Rejeki Toili barat

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberi manfaat bagi pihak – pihak tersebut:

1. Bagi Pengusaha Pemilik Toko

Sebagai bahan pertimbangan dan perkembangan bagi pengusaha ataupun para pemilik toko terhadap Persepsi harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap minat beli konsumen di Toko murah Rejeki Toili barat.

2. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai judul yang digunakan oleh peneliti guna memperdalam dan memperluas pengetahuan di bidang pemasaran.

1.5. Batasan Penelitian

Dalam langkah berikutnya, peneliti harus membatasi masalah yang dibahas ini akan mencegah diskusi yang tidak terarah dan menghasilkan sasaran yang tidak tepat, berikut adalah bahasan yang difokuskan oleh peneliti.

1. Fokus pada Variabel Independen, yaitu persepsi harga (X1), kualitas Pelayanan (X2) dan promosi (X3) Variabel Dependen, yaitu variabel Minat Beli (Y).
2. Lokasi penelitian dilaksanakan di kecamatan toili barat, Sulawesi Tengah
3. Responden pada penelitian ini yakni masyarakat yang berminat
4. Jumlah responden pada penelitian adalah 100
5. Waktu penelitian Maret - Desember 2023

BAB V

PELNUTUP

5.1 Kesimpulan

Menurut hasil penelitian yang terkait dengan Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Murah Rejeki Toili Barat, maka penulis menyimpulkan bahwasanya:

- a. Profil responden menurut karakteristik jenis kelamin laki-laki berjumlah 50 (50%) begitu juga responden perempuan memiliki jumlah yang sama yakni sebesar 50 (50%). Pekerjaan responden sebagian besar karyawan 42 (42%). Adapun responden sebagian besar berusia 25-45 tahun. Dan pengeluaran responden per tiap bulan Rp. 3.500.000 – Rp. 4.500.000 (34 responden).
- b. Persepsi harga memberi pengaruh positif terhadap Minat beli di toko murah rejeki Toili Barat, hal ini dapat didukung dengan hasil uji t sebesar $0,00 < 0,05$ itu artinya persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli.
- c. Kualitas Pelayanan memberi pengaruh positif terhadap minat beli di toko murah rejeki Toili Barat, hal ini dapat didukung dengan hasil uji t sebesar $0,010 < 0,05$ itu artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli.
- d. Promosi memberi pengaruh positif terhadap Minat Beli di toko murah rejeki Toili Barat, hal ini didukung dengan hasil uji t sebesar $0,032 < 0,05$ artinya variabel promosi berpengaruh terhadap minat beli.

5.2 Keterbatasan penelitian

- a. Terdapat kekurangan serta keterbatasan yang penulis temui dalam penelitian ini. Karena pengumpulan data yang terkesan lama melebihi batas waktu yang diperkirakan, hingga menghabiskan waktu selama 9 bulan.
- b. Variabel penelitian yang diteliti hanya terbatas seputar persepsi harga, kualitas pelayanan dan promosi, sementara masih terdapat variabel lainnya yang berpotensi memberi pengaruh pada minat beli.
- c. Penulis tidak bisa mengontrol secara langsung jawaban dari responden, sehingga kemungkinan masih ada responden yang tidak membaca pertanyaan dengan baik dalam kuesioner.

5.3 Saran

1. Bagi pemilik toko

- a. Untuk variabel persepsi harga terdapat nilai signifikan (probabilitas) sebesar 0,00 itu artinya lebih besar dari 0,05 maka persepsi harga memiliki pengaruh terhadap minat beli. Saran dari peneliti yaitu pihak toko murah rejeki agar mempertahankan nilai yang digunakan sebagai patokan nilai suatu barang atau jasa.
- b. Untuk variabel kualitas pelayanan terdapat nilai signifikan (probabilitas) sebesar 0,010 itu artinya kurang dari 0,05 maka kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli. Saran dari peneliti yaitu pihak toko murah rejeki tetap mempertahankan

serta meningkatkan kualitas pelayanan yang baik agar toko murah rejeki lebih banyak diminati orang.

- c. Untuk variabel promosi terdapat nilai signifikan (probabilitas) sebesar 0,032 itu artinya kurang dari 0,05 maka variabel promosi berpengaruh terhadap minat beli. Saran dari peneliti yaitu pihak toko murah rejeki agar sering dalam melakukan promosi agar lebih diketahui lagi oleh masyarakat setempat, karena dari nilai uji t yang di peroleh dari variabel promosi paling rendah dibandingkan variabel lain.
- d. Pihak toko murah rejeki perlu memberikan gratis pengiriman barang jikalau konsumen melakukan pembelian lebih dari Rp 1.000.000 hal ini dapat menambah citra baik di mata konsumen dan dapat menambah simpati dari konsumen untuk kembali melakukan pembelian produk.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian yang lebih baik lagi, dari segi penulisan maupun responden yang diperoleh bisa lebih banyak lagi serta menambah variabel lain yang lebih modern dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alyssa, M., Agus, S., & Rizka, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *e-jurnal-unespadang*, 13-24.
- Ananta, R. D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *e-jurnal Uny*, 39-42.
- Basrah, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *e-jurnal riset manajemen UNJ*, 1-22.
- Bayu, r. I., Mitariani, N. W., & I Gusti, A. I. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *e-journal.unmas*, 31-42.
- Diningsih, n. K. (2020). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli konsumen di toko plastik gondik kesamben.
- Galang, Y. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas] Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen. *e-jurnal riset manajemen repository STEI*, 1-68.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hamidah, I., & Setiawan, R. I. (2014). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Untuk Meningkatkan Penjualan Motor Merek Honda Tipe Vario. *Issn 2407-2680*, 1(1), 24–36.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012. *Principle Of Marketing*, 15th edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tigabelas. Jakarta: Erlangga.

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*. In Penerbit Salemba.
- Mistianasari, D., Ngaliman, N., & Yanti, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Kfc Batam. *Zona Manajerial: Program Studi Manajemen (S1) Universitas Batam*, 11(3), 243-253.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi . *e-jurnal riset manajemen BSI Jakarta*, 139-145.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2010). Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis. USUpres.
- Situmorang, Syafrizal Helmi. (2018). Analisis Data – Untuk Riset Manajemen dan Bisnis. Medan: USU Press.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitiab. In 1.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitia*. Yogyakarta: Andi Offset.2014.
- Umar, B., Hairudin, Maria, S., & Alie. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *e-jurnal riset manajemen* , 101-118.