

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, REPUTASI, DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA  
WEDDING AND EVENT ORGANIZER**

**(Studi Pada Pengguna WO Kapulaga di Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PROMOTION, REPUTATION,  
AND SERVICE QUALITY ON THE DECISION OF PURCHASE OF  
WEDDING AND EVENT ORGANIZER SERVICES***

***(Study on Kapulaga WO Users in Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**DISUSUN OLEH :**

**SYAFRI ADHI DARMAWAN  
20160410015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2020**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Syafri Adhi Darmawan

NIM : 20160410015

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, REPUTASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA WEDDING AND EVENT ORGANIZER (Studi Pada Pengguna WO Kapulaga di Yogyakarta)**

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 29 Januari 2020



Syafri Adhi Darmawan

## **MOTTO**

**“Sedikit beda itu lebih baik, daripada sedikit lebih baik”**

**(Pandji Pragiwaksono)**

**“Kesempatan bukanlah hal yang kebetulan. Kamu harus menciptakannya”**

**(Chris Grosser)**

**“Allah tidak mengharuskan kita sukses. Allah hanya mengharapkan kita  
mencoba.”**

**(Unknown)**

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatNya, hidayah, anugrah yang luar biasa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE). Dengan ridho Allah SWT maka skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Keluarga tercinta dari penulis yaitu, Bapak Marsono, M.pd. dan Ibu Sri Sudarti. Penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih sebanyak-banyaknya atas segala doa, dukungan dan motivasi yang telah diberikan sehingga semua ini dapat tercapai.
2. Almamaterku tercinta, terima kasih telah memberikan wadah untuk menimba ilmu begitu banyak dan luas yang sangat bermanfaat untuk penulis.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Teoritis .....	8
2. Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Landasan Teori .....	10
1. Persepsi Harga .....	10
2. Promosi .....	11
3. Reputasi .....	12
4. Kualitas Layanan .....	13

5. Keputusan Pembelian .....	13
B. Penelitian Terdahulu .....	15
C. Pengembangan Hipotesis .....	20
1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	20
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	21
3. Pengaruh Reputasi terhadap Keputusan Pembelian .....	22
4. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian .....	23
D. Model Penelitian .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	25
B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	25
C. Jenis Data .....	26
D. Teknik Pengumpulan Data .....	27
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	28
F. Uji Kualitas Instrumen .....	30
1. Uji Validitas .....	30
2. Uji Reliabilitas .....	30
G. Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	35
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	38
C. Hasil Penelitian .....	40
D. Pembahasan .....	49
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
A. Simpulan .....	53
B. Keterbatasan Penelitian .....	54
C. Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.1 Kategori Pemberian Skor Alternatif Jawaban .....	28
Tabel 3.2 Tabel Definisi Operasional dan Indikator Variabel .....	28
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data Responden .....	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	38
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 4.4 Interpretasi dan Nilai Kelas - Kelas Interval .....	41
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	42
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Promosi .....	42
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Reputasi .....	43
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan .....	44
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	44
Tabel 4.10 Uji Hipotesis .....	45
Tabel 4.10 Uji t .....	45
Tabel 4.11 Uji F .....	46
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi .....	48

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	24
-----------------------------------	----



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	62
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden .....	68
Lampiran 3. Data Responden .....	71
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas .....	73
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas .....	78
Lampiran 6. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	79
Lampiran 7. Hasil Regresi Linier Berganda .....	80
Lampiran 8. Hasil Uji F, Uji t, dan Uji Koefisien Determinasi .....	82