

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK PADA PRODUK  
SEMBAKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
DI ALFAMART KOTA ENDE  
SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana  
Ekonomi Manajemen Universitas Flores**



**OLEH:**

**CORNELIUS SEPRIMA WENS**

**NIM.2021410080**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS FLORES**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Nama : CORNELIUS SEPRIMA WENS**

**Nim : 2021410080**

**Judul : PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK PADA  
PRODUK SEMBAKO TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN DI ALFAMART KOTA ENDE**

**Ende, 1 September 2025**

**Telah Diujikan dan Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Flores**

**Pembimbing I**



**Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM  
NIDN. 08 1809 7501**

**Pembimbing II**



**Santy Permata Sari, S.AB.,MM  
NIDN. 08 2906 9001**

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores**



**Maria Endang Jamu, SE.,MM  
NIDN. 08 1410 9101**

## LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Senin

Tanggal : 1 September 2025

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc  
NIDN. 08 2609 7401

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



Maria Endang Jamu, SE.,MM  
NIDN. 08 1410 9101

### Tim Penguji:

- |    |   |         |
|----|---|---------|
| 01 | <u>Gabriel Tanusi, SE.,M.Si</u><br>NIDN. 08 2706 7101         | 1. .... |
| 02 | <u>Lambertus Langga, SE.,M.Sc</u><br>NIDN. 08 2507 7101       | 2. .... |
| 03 | <u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u><br>NIDN. 08 1410 9101        | 3. .... |
| 04 | <u>Stefanus Notan Tupen, S.Pd.,M.Si</u><br>NIDN. 08 0412 6201 | 4. .... |
| 05 | <u>Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM</u><br>NIDN. 08 1809 7501     | 5. .... |



**UNIVERSITAS FLORES**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK PADA PRODUK SEMBAKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI ALFAMART KOTA ENDE”**. Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 1 September 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 1 September 2025  
Yang Memberi Pernyataan



**Cornelius Seprima Wens**  
**2021410080**

**MOTTO**

**“DARI TITK-TITIK KECIL, TERCIPTA GAMBAR YANG INDAH”**

**CORNELIUS SEPRIMA WENS**

**2021410080**

## **PERSEMBAHAN**

Tuhan Yesus Kristus, Dia yang menjadi asal dari segalanya yang senantiasa membimbing dan menyertai penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dalam keadaan sehat walafiat.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Almarhum Bapak dan Almarhum Mama tercinta

Kedua Mama kecil saya tercinta

Kakak dan adik tersayang

Terima kasih untuk semua dukungan baik moril maupun materil, kasih sayang dan segala doa untukku.

Untuk keluarga besar ku, sahabat – sahabatku serta teman teman seperjuangan dan juga pasangan ku yang selalu memberikan dukungan dan motivasi serta menemaniku dalam suka maupun duka dalam mencapai keberhasilan ku.

Para pendidik dan almamater tercinta...

## KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan bimbinganNya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Ende”.

Meski terasa berat namun manisnya hidup akan terasa, apabila semua terlalui dengan baik, meski harus memerlukan pengorbanan. Kupersembahkan karya kecil ini untuk orang – orang yang selalu setia mendampingi dan selalu memberikan keceriaan dalam hidupku untuk membuat karya tulis ini.

1. Tuhan Yesus Kristus, Dia yang menjadi asal dari segalanya yang senantiasa membimbing dan menyertai penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dalam keadaan sehat walafiat.
2. Bapak Dr. Wilybrordus Lanamana, SE., M.M.A. Selaku Rektor beserta Wakil Rektor I,II dan III Universitas Flores.
3. Bapak Dr. Rafael Oktavianus Byre, SE, M.Sc. Selaku dekan , beserta wakil dekan I, II dan III Program Studi Manajemen, Universitas Flores.
4. Penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada bapak Dr. Mansyur Abdul Hamid, SE.,MM dan ibu Santy Permata Sari, S.AB.,MM selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah rela meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Yang tercinta Bapak Alm. Yosef Fransiskus Ngere dan Mama Alm. Kristina Rita Gare yang telah meninggalkan ku saat masih kecil. Meski hanya bersama ku sebentar, kasih dan doa mereka selalu menguatkan langkahku.
6. Yang tercinta Ibu Theresia Marosari Ngere dan ibu Adriana Alberta Anas yang telah susah payah dengan penuh pengorbanan membesarkan, mendidik, membimbing perjalanan studiku hingga selesai.
7. Ucapan terimakasih yang tak terhingga kupersembahkan untuk kaka Atha ngere, kakak Salsa ngere, kakak Herlin wangga, adik Grafilo ngere, adik Putra gedu dan adik Sanaya ngere yang telah memberikan motivasi dan mendoakan saya setiap saat.
8. Yang tercinta bapak yakobus C. Bosko Ngere, Mama Herni Ningsi, Bapak Karolus Mere, Mama Maria Avilanti Dua Rince, Bapak Markus Efraim Ngere dan Mama Aghata sino selaku bapa kecil dan mama kecil yang Memotivasi dan mendoakan saya selalu.
9. Teman – teman seperjuangan kelas A manajemen dan teman KKN Desa Ndetundora yang memberikan dukungan dan motivasi selama proses perkuliahan hingga tahap Penyelesaian penulis.
10. Sahabat – sahabatku dari SMA Andre, Clay, Aris, Angko, Rey, Sandro, Ale dan Frenold yang memberikan dukungan dan begitu banyak pengalaman serta kisah persaudaraan kepada penulis dari sebelum masuk ke dunia perkuliahan ( Dari SMA ) sampai pada tahap sekarang ini.
11. Kepada pasanganku Antonia Seja yang selalu mendampingi dan menguatkan langkah ku.

12. Seluruh keluarga besar ku yang telah mendukung penulis dengan caranya masing- masing.

13. Agama, Bangsa, dan Negara.

14. Almamater tercinta Universitas Flores.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran demi penyempurnaannya akan penulis terima dengan senang hati. Semoga amal kebaikan semua pihak tersebut mendapatkan imbalan dari Tuhan Yang MahaEsa

**Penulis**

**Cornelius Seprima Wens**

## ABSTRAK

**Cornelius Seprima Wens, NIM 2021410080 Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Sembako Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Ende, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores, Dosen Pembimbing I Dr. Mansyur Abdul Hamid, SE,.MM. Pembimbing II Santy Permata Sari, S.AB.,MM.**

---

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Alfamart Kota Ende. Dalam era persaingan yang semakin ketat di industri ritel, strategi promosi yang efektif dan kualitas produk yang baik menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, melibatkan 96 responden yang merupakan konsumen Alfamart di Kota Ende. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur variabel promosi, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t-hitung sebesar 5.818 dan signifikansi 0.000. Selain itu, kualitas produk juga berpengaruh signifikan dengan nilai t-hitung 3.467 dan signifikansi 0.001. Uji F menunjukkan bahwa promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F-hitung 118.956 dan signifikansi 0.000. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa 71.7% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa baik promosi yang menarik maupun kualitas produk yang baik memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Alfamart Kota Ende. Oleh karena itu, disarankan agar Alfamart terus mengoptimalkan strategi promosi dan menjaga kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Konsumen, Alfamart.**

## ABSTRACT

**Cornelius Seprima Wens, Student ID 2021410080 The Effect of Promotion and Quality of Staple Food Products on Consumer Purchasing Decisions at Alfamart in Ende City, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Flores University, Supervisor I Dr. Mansyur Abdul Hamid, SE.,MM. Supervisor II Santy Permata Sari, S.AB.,MM.**

---

This study aims to analyze the influence of promotion and product quality on consumer purchasing decisions at Alfamart in Ende City. In an era of increasingly fierce competition in the retail industry, effective promotional strategies and good product quality are important factors in attracting consumers. This study uses a descriptive method with a quantitative approach, involving 96 respondents who are Alfamart consumers in Ende City. Data was collected through a questionnaire measuring the variables of promotion, product quality, and purchasing decisions.

The regression analysis results show that promotion has a significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 5.818 and significance of 0.000. In addition, product quality also has a significant effect with a t-value of 3.467 and significance of 0.001. The F-test shows that promotions and product quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions, with an F-value of 118.956 and a significance level of 0.000. The coefficient of determination ( $R^2$ ) indicates that 71.7% of the variation in purchasing decisions can be explained by these two variables.

The conclusion of this study is that both attractive promotions and good product quality have a significant impact on consumer purchasing decisions at Alfamart in Ende City. Therefore, it is recommended that Alfamart continue to optimize its promotional strategies and maintain product quality to increase customer satisfaction and loyalty.

**Keywords: Promotion, Product Quality, Purchasing Decisions, Consumers, Alfamart.**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	8
2.1.2 Konsep Promosi .....	9
2.1.3 Pengertian Promosi .....	10
2.1.4 Jenis-Jenis Promosi .....	11

2.1.5 Tujuan Promosi .....	12
2.1.6 Sarana Promosi .....	13
2.1.7 Indikator Promosi.....	13
2.2 Kualitas Produk.....	14
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk .....	14
2.2.3 Indikator Kualitas Produk .....	16
2.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian .....	17
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	19
2.3.4 Tujuan Keputusan Pembelian .....	19
2.3.5 Indikator Keputusan Pembelian .....	19
2.4 Penelitian Terdahulu .....	20
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	24
2.6 Kerangka Berpikir.....	25
<b>BAB III METEOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Lokasi Penelitian.....	26
3.3 Populasi Dan Sampel .....	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel.....	26
3.4 Jenis Dan Sumber Data .....	27
3.4.1 Jenis Data .....	27
3.4.2 Sumber Data.....	28

3.5 Defenisi Oprasional Varibel.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7 Uji Instrumen Penelitian .....	30
3.7.1 Uji Validitas .....	30
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	31
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.8 Uji Hipotesis .....	33
3.9 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	33
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	34
4.1.2 Visi dan Misi .....	34
4.1.3 Produk dan Layanan .....	35
4.2 Karakteristik Responden .....	35
4.2.1 Usia Responden.....	35
4.2.2 Jenis Kelamin Responden.....	36
4.2.3 Jenis Pekerjaan Responden .....	38
4.3 Teknik Analisis Data.....	39
4.3.1 Uji Validitas .....	39
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	41
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.3.4 Uji heteroskedastisitas .....	44
4.3.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.3.6 Uji Hipotesis .....	47

4.3.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
4.4. Pembahasan dan Hasil Penelitian .....	50
4.4.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Ende .....	50
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Alfamart Kota Ende.....	51
4.3.3 Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Ende .....	52
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Gambar produk makan yang ada di Alfamart.....	2
Tabel 1.2 Banyaknya Alfamart Di Kota Ende 2025. ....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Oprasional Variabel .....	28
Tabel 3.2 Skor Jawaban Responden.....	30
Tabel 4.1 Usia Responden.....	35
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	36
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan Responden .....	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Glejser .....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	46
Tabel 4.10 Uji T .....	47
Tabel 4.11 Uji f .....	48
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	25
Diagram 4.1 Usia Responden.....	35
Diagram 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	37
Diagram 4.3 Jenis Pekerjaan Responden .....	38