

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HOLLAND BAKERY BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Jaya Ricardo Sitorus

160610050

**PROGRAM STUDI ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HOLLAND BAKERY BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana



Oleh:

Jaya Ricardo Sitorus

160610050

**PROGRAM STUDI ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Jaya Ricardo Sitorus
Npm : 160610050
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Holland Bakery Batam

Adalah hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana atau magister), baik Universitas Putera Batam maupun perguruan tinggi lainnya. Skripsi ini adalah murni, gagasan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan pembimbing. Dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batan, 30 July 2021



Jaya Ricardo Sitorus
160610050

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN
KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TERHADAP HOLLAND BAKERY BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Jaya Ricardo Sitorus
160610050**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 30 Juli 2021

A handwritten signature in black ink on a light gray background. The signature is stylized and appears to read 'Heryenzus'.

**Heryenzus, S.Kom., M.Si
Pembimbing**

ABSTRAK

Penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan suatu perusahaan, maka yang harus diprioritaskan dalam meningkatkan penjualan perusahaan adalah Promosi, Kualitas Produk, Kemasan dan Keputusan Pembelian. dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak dari total populasi sebanyak 43.463 yaitu sebanyak 269 responden dan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling yang terdiri dari purposive sampling. Hasil uji determinasi menjelaskan bahwa hasil nilai R Square sebesar 63,8% sisanya 36,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (Promosi X_1 , Kualitas Produk X_2 , dan X_3 Kemasan) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian Y) yaitu positif sebesar 63,8%. Analisis data digunakan melalui hasil uji t dan uji f untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil signifikansi $0.000 < 0.005$ nilai α dan nilai t_{hitung} sebesar $11.048 > 1.969$ nilai t_{tabel} . Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil signifikansi $0.021 < 0.005$ nilai α dan nilai t_{hitung} sebesar $2.318 > 1.969$ nilai t_{tabel} . Kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil signifikansi $0.000 < 0.005$ nilai α dan nilai t_{hitung} sebesar $4.512 > 1.969$ nilai t_{tabel} . Promosi, Kualitas Produk, dan Kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji f_{hitung} yang dihasilkan ialah lebih besar dari f_{tabel} sebesar $158.422 > 2.64$, dengan signifikan $0.000 < 0.005$. pada uji determinasi pada nilai R Square sebesar 0.638 positif atau setara dengan 63.8 %. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 20.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Kemasan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sales is a very important thing in the activities of a company, so what should be prioritized in increasing company sales are Promotion, Product Quality, Packaging and Purchase Decisions. In this study, the sample used was from the total population of 43,463 as many as 269 respondents and by using the sampling technique used in this study was non-probability sampling consisting of purposive sampling. The results of the determination test explain that the results of the R Square value of 63.8%, the remaining 36.2% is influenced by other variables that are not in this study, it can be concluded that the independent variables (Promotion X1, Product Quality X2, and X3 Packaging) simultaneously effect on the dependent variable (purchase decision Y) that is positive by 63.8%. Data analysis was used through the results of the t test and f test to find out how much influence the independent variables had on the dependent variable. Promotion had a positive and significant influence on purchasing decisions with a significance result of $0.000 < 0.005$ Alpha value and a tcount value of $11.048 > 1.969$ t table value. Product quality has a positive and significant impact on purchasing decisions with a significance result of $0.021 < 0.005$ Alpha value and tcount value of $2.318 > 1.969$ ttable value. Packaging has a positive and significant influence on purchasing decisions with a significance result of $0.000 < 0.005$ Alpha value and tcount value of $4.512 > 1.969$ ttable value. Promotion, Product Quality, and Packaging have a positive and significant influence simultaneously on purchasing decisions with the result of the fcount test that is greater than ftable of $158.422 > 2.64$, with a significance of $0.000 < 0.005$. in the determination test the R Square value of 0.638 is positive or equivalent to 63.8%. In this study using SPSS version 20.

Keywords: *Promotion, Product Quality, Packaging, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa dan Maha Kasih dan Penyayang yang telah melimpahkan segala Rahmat dan KaruniaNya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Perbankan Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. Selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Ibu Rizky Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi Universitas Putera Batam, serta Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik Universitas Putera Batam
5. Bapak Syaiffullah, S.E., M.M dan Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
6. Bapak Ranner Sitorus dan Ibu Rosmaida BR Purba (+). Selaku Orang Tua kandung yang saya cintai yang selalu mendukung serta mendoakan saya. Risma Malarati Sitorus, Selaku Kakak kandung saya yang saya cintai, dan seluruh keluarga saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya
7. Derma H. Pane, S.M. Ade Junita S.M. Perawaty Simanjuntak, S.M. Saparudin, S.M. Orisman Harefa, S.M. Pebrianti, S.M. Jhony Andika dan seluruh teman sekelas Manajemen Perbankan. Selaku alumni dan teman seperjuangan saya yang selalu memberikan dukungan dan tempat berbagi cerita dalam penyelesaian skripsi ini dan seluruh tim manajemen Angkatan tahun 2021/2021.

Batam 30 Juli 2021



Jaya Ricardo Sitorus

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Masalah.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II.....	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Promosi.....	10
2.1.2 Kualitas Produk	14
2.1.3 Kemasan	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III	28
3.1 Desain Penelitian	28

3.2 Operasional Variabel	28
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Defenisi Pengumpulan Data.....	32
3.4.2 Alat Pengumpulan Data	33
3.5 Metode Analisis Data.....	34
3.5.1 Analisis Deskriptif	34
3.5.2 Uji Kualitas Data	34
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.4 Uji Pengaruh	37
3.5.5. Uji Hipotesis	38
3.6. Lokasi Dan Jadwal Penelitian	40
3.6.1 Lokasi Penelitian	40
3.6.2. Jadwal Penelitian	40
BAB IV	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Profil Responden.....	41
4.1.2 Analisis Deskriptif	43
4.1.3 Hasil Uji Kualitas Data	50
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	53
4.1.5 Hasil Uji Pengaruh	57
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	59
4.2 Pembahasan.....	61
BAB V.....	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Promosi produk.....	4
Tabel 1.2 Kemasan dan Kualitas Produk	5
Tabel 1.3 Omset Penjualan	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel	29
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin	30
Tabel 3.3 skor skala <i>Likert</i>	33
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Usia	42
Tabel 4.3 Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4 kategori rentang skala	44
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Promosi (X_1)	44
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_2).....	46
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kemasan.....	47
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.9 hasil uji validitas variable independen (X_1 , X_2 , X_3).....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Dependen (Y)	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.12 <i>One Sample Kolmogrov – Sminor Test</i>	56
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas Coefficient ^a	56
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas Coefficient ^a	57
Tabel 4.15 Uji Regresi Linear Berganda Coefficient ^a	58
Tabel 4.16 Uji Determinasi Model Summary ^b	59
Tabel 4.17 Uji t coefficient ^a	59
Tabel 4. 18 Uji f ANOVA.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Model Tahap Keputusan Membeli	27
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas	53
Gambar 4.2 P – P Plot Regression	54
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> uji normalitas	55

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Isaac dan Michael</i>	31
Rumus 3.2 Rentang skala.....	34
Rumus 3.3 Validitas (<i>Pearson Product Moment</i>)	35
Rumus 3.4 Rumus Reabilitas (<i>Cronbach's Alfa</i>)	36
Rumus 3.5 analisis regresi linear berganda.....	37
Rumus 3.6 Uji t	38
Rumus 3.7 : Uji F	39
Rumus 4.1 Rentang Skala	43