

**PENGARUH PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT TASINDO TOTAL
INPRODUCTS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Herlini

170910232

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

**PENGARUH PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT TASINDO TOTAL
INPRODUCTS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

Herlini

170910232

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Herlini
NPM : 170910232
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT TASINDO TOTAL INPRODUCTS DI
KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 29 July 2021



Herlini
170910232

**PENGARUH PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT TASINDO TOTAL
INPRODUCTS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh :

Herlini

170910232

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 29 July 2021



**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan sekarang ini, mengakibatkan aktivitas perekonomian dunia berkembang pesat. Keberadaan perdagangan bebas memberikan kemungkinan terjadinya persaingan antar perusahaan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Metode yang dipergunakan yaitu penganalisisan statistic deskriptif dengan SPSS versi 26. Hasil uji t (parsial) bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $2,002 > 1,976$ dan nilai signifikan $0,047 < 0,05$, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini dibuktikan dari hasil uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $26,950 > F_{tabel} 3,057$ dan sig $0,000 < 0,05$ yang menyatakan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan pada keputusan pembelian di PT Tasindo Total Inproducts Batam.

Kata kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Advances in technology and science today, resulted in world economic activity growing rapidly. The existence of free trade provides the possibility of competition between companies. The purpose of this study was to determine the effect of promotion and service quality on purchasing decisions. The method used is descriptive statistical analysis with SPSS version 26. The results of the t test (partial) that the promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions with $t_{count} > t_{table}$ with a significance value < 0.05 , namely $2.002 > 1.976$ and a significant value of $0.047 < 0.05$, service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with $T_{count} 6.463 > T_{table} 1.976$ where $sig. 0.000 < 0.05$. This is evidenced from the results of the F test where $F_{count} > F_{table}$ with a significance value < 0.05 , namely $26.950 > F_{table} 2.665$ and $sig 0.000 < 0.05$ which states that promotion and service quality have a positive and significant effect simultaneously on purchasing decisions at PT. Tasindo Total Inproducts Batam.

Keywords : *Promotion, Service Quality, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat tuhan yang maha esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-nya, sehingga penulis dapat menuliskan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT.Tasindo Total Inproducts” yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M., selaku dosen Pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu dalam memberikan bimbingan dan petunjuk sampai selesainya skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan;
6. Kedua orang tua tercinta yaitu, yang telah memberikan doa, kasih sayang serta nasehat dukungan dan semangat;
7. Serta pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi peneliti ini, yang tidak dapat disebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh hingga saat ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membacanya. Akhir kata terima kasih.

Batam, 29 July 2021

Herlini



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Promosi	9
2.1.1.1 Pengertian Promosi	9
2.1.1.2 Tujuan Promosi	10
2.1.1.3 Indikator Promosi	11
2.1.2 Kualitas Pelayanan	12
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.2.2 Tujuan Kualitas Pelayanan	14
2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	15
2.1.3 Keputusan Pembelian	15
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	15
2.1.3.2 Proses Keputusan Pembelian	17
2.1.3.3 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.3 Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	22

2.4	Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Sifat Penelitian.....	24
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	24
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	24
3.3.2	Periode Penelitian	25
3.4	Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1	Populasi.....	25
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	26
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	27
3.5	Sumber Data	27
3.6	Metode Pengumpulan Data	27
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6.2	Alat Pengumpulan Data	28
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
3.7.1	Variabel Independen	29
3.7.2	Variabel Dependen.....	29
3.8	Metode Analisis Data	31
3.8.1	Analisis Deskriptif	31
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	31
3.8.2.1	Uji Validitas Data.....	31
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	33
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	33
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	34
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.8.4	Uji Pengaruh	34
3.8.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	35
3.9	Uji Hipotesis	35
3.9.1	Uji t (Uji Parsial).....	36
3.9.2	Uji f (Uji Simultan).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian.....	38
4.1.2	Logo Perusahaan	38
4.1.3	Visi dan Misi Objek Penelitian	38
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	39
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen	41
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	42

4.3.1	Statistik Jawaban Responden Variabel Promosi (X1)	42
4.3.2	Statistik Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	43
4.3.3	Statistik Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	45
4.4	Analisis Data	46
4.4.1	Analisis Deskriptif	46
4.4.2	Uji Kualitas Data.....	46
4.4.3	Hasil Uji Validitas.....	46
4.4.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4.4.5	Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4.5.1	Hasil Uji Normalitas	50
4.4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
4.4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
4.4.6	Uji Pengaruh	53
4.4.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.4.6.2	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	54
4.5	Pengujian Hipotesis	55
4.5.1	Hasil Uji T.....	55
4.5.2	Hasil Uji f (Simultan).....	56
4.6	Pembahasan	57
4.6.1	Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.6.2	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.6.3	Promosi dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		60
5.1	Kesimpulan Dan Saran	60
5.1.1	Kesimpulan	60
5.1.2	Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 4. Bukti Persetujuan Dosen Pembimbing

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1 Logo PT Tasindo Total Inproducts.....	38
Gambar 4.2 Histogram Regresion Residual	50
Gambar 4.3 P-P Plot of Regresion Standardized.....	51
Gambar 4.4 Hasil Uji Scatterplot	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan PT Tasindo Total Inproducts pada Oktober - Desember 2019 dan Januari -September 2020.....	4
Tabel 1.2 Jenis Promosi PT Tasindo Total Inproducts	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	25
Tabel 3.2 Skala Likert	28
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas.....	33
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen	42
Tabel 4.5 Respon Terhadap Promosi.....	42
Tabel 4.6 Respon Terhadap Kualitas Pelayanan	44
Tabel 4.7 Respon Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Promosi (X1)	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.15 Hasil Uji R Square.....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji T	55
Tabel 4.17 Hasil Uji F	56

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	26
Rumus 3.2 <i>Pearson Products Moments</i>	32
Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda.....	34
Rumus 3.4 Rumus Uji t.....	36
Rumus 3.5 Rumus Uji f.....	37