

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROYAL GRANDE BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Juni Kristiani Lase

170910369

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROYAL GRANDE BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

Juni kristiani Lase

170910369

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Juni Kristiani Lase
NPM : 170910369
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROYAL GRANDE BATAM

Adalah hasil karya tulis 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 diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata 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 diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 10 Juli 2021



Juni Kristiani Lase

170910369

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ROYAL GRANDE BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
mendapat gelar sarjana**

Oleh:

Juni Kristiani Lase

170910369

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

Batam, 31 Juli 2021

syaifullah

Syaifullah, S.E., M.M.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Perusahaan real estate di Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang dapat merespon hal tersebut kebutuhan, sehingga terus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Untuk menarik konsumen, perusahaan harus mengutamakan kualitas dalam produksinya agar konsumen dapat mempercayai produk yang dibuat oleh perusahaan dan dapat menikmati produk yang dibuat dengan kepuasan yang terkandung di setiap konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu alat yang digunakan oleh pengecer untuk menentukan kualitas produk mereka posisi pasar. Promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan suatu perusahaan. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses menggabungkan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif dan memilih salah satunya. Setiap perusahaan pasti menginginkan pembelian konsumen consumer skeputusan atas produk yang ditawarkan meningkat. Karena peningkatan jumlah, perusahaan keuntungan akan meningkat dalam penjualan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami pengaruh kualitas produk, layanan dan promosi pada keputusan pembelian purchasing,Royal Grande Batam. Metode yang digunakan adalah uji kualitas data, estimasi klasik dan ates konseptual. Hasil penelitian ini adalah ketiga variabel X berpengaruh baik secara parsial atau bersamaan pada Variabel Y

Kata Kunci: Keputusan pembelian, Kualitas Produk, Pelayanan, Promosi

ABSTRACT

Real estate companies in Indonesia are one of the companies that can respond to these needs, so that it continues to experience very rapid development. To attract consumers, companies must prioritize quality in their production so that consumers can believe in the products made by the company and can enjoy products made with the satisfaction contained in each consumer. Product quality is one of the tools used by retailers to determine their market position. Promotion is an important factor in realizing the goals of a company. Consumer decision making is the process of combining knowledge to select two or more alternatives and to choose one of them. Every company would want consumers' purchasing decisions on the products offered to increase. Due to the increase in number, the company's profits will increase in sales. This study was conducted with the aim of knowing and understanding the effect of product quality, service and promotion on purchasing decisions of Royal Grande Batam. The method used is a data quality test, a classic estimate and a conceptual test. The results of this study are the third variable X has an effect either partially or simultaneously on the Variable Y.

Keywords: *Purchase Decision; Product Quality; Promotion; Service;*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah mencurahkan segala anugerah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, kritik dan saran sangat dibutuhkan bagi penulis yang tentunya akan diterima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak selesai tanpa ada bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Maka dengan segenap kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih 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 Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M selaku pembimbing dan petunjuk sampai selesainya skripsi ini;

5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasan pengetahuan selama perkuliahan;
6. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, nasihat dan dukungan penuh kasih sayang;
7. Seluruh pimpinan dan karyawan Royal Property yang telah memberi izin dan berpartisipasi untuk penelitian ini;
8. Teman satu angkatan yang memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan penelitian ini;

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada saudara yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi penelitian ini.

Batam, 10 Juli 2021



Juni Kristiani Lase



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat teoritis	9
1.6.2 Manfaat praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1Kualitas Produk.....	10
2.1.1.1Dimensi Kualitas Produ.....	10
2.1.1.2Manfaat Kualitas Produk	11
2.1.2Pelayanan.....	12
2.1.2.1 Pengertian Pelayanan	12
2.1.2.2 Manfaat Pelayanan.....	12
2.1.3Promosi.....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	19

2.2.2 Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.1 Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.3.2 Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.3 Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Sifat Penelitian	25
3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian	25
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	26
3.3.2 Jadwal Penelitian	26
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel	27
3.5 Sumber Data	28
3.6 Metode Pengumpulan Data	28
3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	28
3.7.1 Variabel Bebas (Independent Variable)	29
3.7.2 Variabel Terikat (Dependent Variable)	29
3.8 Metode Analisis Data	30
3.8.1 Analisis Deskriptif	30
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	31
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.8.4 Uji Pengaruh	33
3.9 Uji Hipotesis	34
3.9.1 Uji T	34
3.9.2 Uji F	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Logo Objek Penelitian.....	34

4.1.2	Visi & Misi Perusahaan.....	34
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	59
4.2.1	Karakter Sampel Sesuai Jenis Kelamin.....	59
4.2.2	Karakter Sampel Sesuai Usia.....	59
4.2.3	Karakter Sampel Sesuai Tingkat Pendidikan	60
4.2.4	Karakter Sampel Sesuai Pekerjaan	61
4.2.5	Karakter Sampel Sesuai Penghasilan	62
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	63
4.3.1	Variabel X1	63
4.3.2	Variabel X2	64
4.3.3	Variabel X3	65
4.3.4	Variabel Y	67
4.4	Analisis Data.....	69
4.4.1	Hasil Uji Kualitas Data.....	70
4.4.2	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
4.4.3	Hasil Uji Pengaruh	76
4.5	Pengujian Hipotesis.....	78
4.5.1	Uji t.....	78
4.5.2	Uji F	79
4.6	Pembahasan	80
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Royal Grande Batam	80
4.6.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Royal Grande Batam	80
4.6.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Royal Grande Batam	81
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Royal Grande Batam	81
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	81
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1	Simpulan.....	83
5.2	Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA.....	xv
LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4. 1 Logo Royal Grande	34
Gambar 4. 2 Histogram Uji Normalitas	72
Gambar 4. 3 Normal P-P Plot Regression Standardized Residual.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Property Royal Grande Batam	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	26
Tabel 3. 2 Variabel Operasional Penelitian	29
Tabel 4. 1 Sampel Sesuai Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4. 2 Sampel Sesuai Usia.....	60
Tabel 4. 3 Sampel Sesuai Tingkat Pendidikan	60
Tabel 4. 4 Sampel Sesuai Pekerjaan	61
Tabel 4. 5 Sampel Sesuai Penghasilan	62
Tabel 4. 6 Variabel Kualitas Produk	63
Tabel 4. 7 Variabel Pelayanan	64
Tabel 4. 8 Variabel Promosi	66
Tabel 4. 9 Variabel Keputusan Pembeli	68
Tabel 4. 10 Uji Validitas	70
Tabel 4. 11 Uji Reabilitas	71
Tabel 4. 12 Uji One Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	74
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4. 14 Uji Heteroskedastisitas.....	75
Tabel 4. 15 Analisa Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi (R)	77
Tabel 4. 17 Uji t	79
Tabel 4. 18 Uji F	80

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1. Korelasi Pearson Product Moment.....	31
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda	33
Rumus 3.3 Uji t.....	Error! Bookmark not defined.
Rumus 3.4 Uji F.....	Error! Bookmark not defined.