

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AKI MERK SG PADA PT JAYA TIMUR**

SKRIPSI



Oleh:

Jonh Kennedy Yap

180910251

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AKI MERK SG PADA PT JAYA TIMUR**

SKRIPSI

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



**Oleh
JONH KENNEDY YAP
180910251**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Jonh Kennedy Yap
NPM/NIP : 180910251
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "SKRIPSI" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AKI MERK SG PADA PT JAYA TIMUR

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam 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 siapapun

Batam, 25 Januari 2022



Jonh Kennedy Yap

180910251

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AKI
MERK SG PADA PT. JAYA TIMUR**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Jonh Kennedy Yap
180910251**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal

Seperti tertera di bawah ini

Batam, 25 Januari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tiurniari Purba', is enclosed in a thin black rectangular border. The signature is stylized and cursive.

Tiurniari Purba, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Keputusan pembelian pelanggan bermanfaat bagi perusahaan karena akan menjadi arah akhir yang diperoleh perusahaan. Akibatnya, perusahaan harus berusaha untuk bergerak lebih aktif dalam hal menarik perhatian pelanggan dalam rangka meningkatkan margin perusahaan dan memenuhi kebutuhan perusahaan, keinginan, dan keputusan pembelian serta memperoleh kesenangan di hati pelanggan sehingga pelanggan diharapkan menjadi loyal. Objek penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Aki Merk SG Pada PT Jaya Timur. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen baterai SG merek PT Jaya Timur. Jumlah populasi konsumen pembelian aki merk SG di PT Jaya Timur berjumlah total 2460 konsumen. Ukuran menetapkan sampel dari suatu populasi dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sehingga sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 188 responden. Hasil Uji t memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai t-hitung sebesar 3.363 dengan taraf signifikansi $0.001 < 0.05$. Variabel kualitas produk menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3.323 dengan taraf signifikansi $0.001 < 0.05$. Variabel promosi menunjukkan nilai t-hitung sebesar 16.247 dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$. Hasil Uji F menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi berpengaruh secara simultan positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan angka signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0.674 atau 67,4% dari variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi. Sedangkan sisanya 32,6% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan ; Kualitas Produk ; Promosi ; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The customer's purchase decision is beneficial for the company because it will be the final direction the company gets. As a result, the company must try to move more actively in terms of attracting the attention of customers in order to increase the company's margins and meet the company's needs, desires, and purchasing decisions and gain pleasure in the hearts of customers so that customers are expected to be loyal. The object of this study discusses the influence of service quality, product quality and promotion on purchasing decisions for SG brand batteries at PT Jaya Timur. The population in this study were consumers of PT Jaya Timur brand SG batteries. The total population of consumers purchasing SG brand batteries at PT Jaya Timur is a total of 2460 consumers. The size of the sample from a population can be determined by using the Slovin formula so that the sample taken in this study is 188 respondents. The results of the t-test show that the service quality variable has a t-count value of 3.363 with a significance level of $0.001 < 0.05$. The product quality variable shows a t-count value of 3.323 with a significance level of $0.001 < 0.05$. The promotion variable shows a t-count value of 16,247 with a significance level of $0.000 < 0.05$. The F test results show that Service Quality, Product Quality and Promotion have a simultaneous positive and significant effect on Purchase Decisions with a significance number of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.674 or 67.4% of the purchasing decision variables. can be explained or influenced by service quality, product quality and promotion. While the remaining 32.6% is explained or influenced by other variables.

Keywords : Service quality ; Product quality ; Promotion ; Buying decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Aki Merk SG Pada PT JAYA TIMUR” dimana proposal ini juga merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa proposal penelitian ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hari, penulis 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 Universitas Putera Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Tiuriari Purba, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam
6. Seluruh konsumen PT Jaya Timur yang telah sangat banyak membantu dalam pengisian kuesioner.
7. Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta yang selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi
8. Semua sahabatku dan teman-teman seperjuangan Manajemen. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya

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

Batam, 25 Januari 2022



Jonh Kennedy Yap

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Identifikasi Masalah	8
I.3 Batasan Masalah.....	8
I.4 Perumusan Masalah	9
I.5 Tujuan Penelitian	9
I.6 Manfaat Penelitian	10
I.6.1 Aspek Teoritis	10
I.6.2 Aspek Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Konsep Teoritis	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.2 Komponen Proses	12
2.1.1.3 Proses Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1.4 Indikator-Indikator Keputusan Pembelian	14
2.1.2 Kualitas Pelayanan	15
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.1.2.2 Hambatan-Hambatan Dalam Kualitas Pelayanan	16
2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.2.4 Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan	18
2.1.3 Kualitas Produk.....	19
2.1.3.1 Pengertian Kualitas	19
2.1.3.2 Pengertian Kualitas Produk.....	19

2.1.3.3	Differensiasi Produk.....	20
2.1.3.4	Indikator-Indikator Kualitas Produk	22
2.1.4	Promosi	23
2.1.4.1	Pengertian Promosi	23
2.1.4.2	Alat- alat yang memengaruhi bauran promosi	24
2.1.4.3	Indikator-Indikator Promosi.....	25
2.2	Peneliti Terdahulu	25
2.3	Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.4	Kerangka Pemikiran.....	31
2.5	Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Desain Penelitian.....	32
3.2	Sifat Penelitian	32
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	33
3.3.1	Lokasi Penelitian	33
3.3.2	Periode Penelitian.....	33
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.4.1	Populasi	33
3.4.2	Sampel	34
3.5	Sumber Data.....	35
3.5.1	Data Primer.....	35
3.5.2	Data Sekunder	35
3.6	Metode Pengumpulan Data	36
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.7.1	Variabel Dependen	36
3.7.2	Variabel Independen.....	37
3.8	Metode Analisis Data.....	40
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	40
3.8.2	Uji Kualitas Data	41

3.8.2.1	Uji Validitas Data	42
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	43
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	43
3.8.3.1	Uji Normalitas	43
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas	44
3.8.3.3	Uji Heterokedasitas	44
3.8.4	Uji Pengaruh	45
3.8.4.1	Uji Regresi Linear Berganda	45
3.8.4.2	Uji Determinasi (R^2)	45
3.9	Uji Hipotesis	46
3.9.1	Uji t	46
3.9.2	Uji F	47
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1.	Analisis Karakteristik Responden	48
4.1.1.	Statistik Deskriptif	48
4.1.2.	Profil Responden	48
4.1.2.1.	Jenis Kelamin Responden	48
4.1.2.2.	Usia Responden	50
4.2.	Hasil Penelitian	54
4.2.1.	Analisis Deskriptif	54
4.2.1.1.	Karakteristik Variabel	54
4.2.1.2.	Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X_1)	54
4.2.1.3.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_2)	56
4.2.1.3.	Deskripsi Variabel Promosi (X_3)	57
4.2.1.4.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
4.2.2.	Hasil Uji Kualitas Data	60
4.2.2.1.	Hasil Uji Validitas Data	60
4.2.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas Data	64
4.2.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	70
4.2.3.1.	Uji Normalitas	70
4.2.3.3.	Hasil Uji Multikonlinearitas	75
4.2.4.	Uji Pengaruh Hipotesis	76
4.2.4.1.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	76
4.2.4.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	78

4.2.4.3. Hasil Uji Parsial (Uji t)	78
4.2.4.4. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	82
4.3 Pembahasan.....	83
4.3.1 Hasil pengujian hipotesis (Ha ₁) Terhadap Kualitas Pelayanan	83
4.3.2 Hasil pengujian hipotesis (Ha ₂) Terhadap Kualitas Produk	84
4.3.3 Hasil pengujian hipotesis (Ha ₃) Terhadap Promosi	84
4.3.4 Hasil pengujian hipotesis (Ha ₄) Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1. Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN.....	86
LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	86
LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	161

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4. 1 Pie Charts Jenis Kelamin	49
Gambar 4. 2 Pie Charts Usia	51
Gambar 4. 3 Pie Charts Tingkat Pendidikan	53
Gambar 4. 4 Uji Normalitas Kurva Histogram.....	71
Gambar 4. 5 Uji Normalitas Grafik P-Plot Keputusan Pembelian.....	72
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Daftar Kerusakan Baterai atau Aki Merk SG Tahun 2020	4
Tabel 1. 2	Daftar Penjualan Baterai atau Aki Merk SG Tahun 2020.....	6
Tabel 2. 1	Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1	Periode Penelitian.....	33
Tabel 3. 2	Operasional Variabel Penelitian.....	38
Tabel 3. 3	Tabel Kriteria Analisis Deskriptif	41
Tabel 4. 1	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
Tabel 4. 4	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	54
Tabel 4. 5	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	56
Tabel 4. 6	Deskripsi Variabel Promosi (X3).....	57
Tabel 4. 7	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	61
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	62
Tabel 4. 10	Hasil Uji Variabel Promosi (X3).....	63
Tabel 4. 11	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian(Y)	64
Tabel 4. 12	Case Processing Summary Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	65
Tabel 4. 13	Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	65
Tabel 4. 14	Case Processing Summary Variabel Kualitas Produk (X2)	66
Tabel 4. 15	Case Processing Summary Variabel Promosi (X3).....	67
Tabel 4. 16	Hasil Uji Realibilitas Variabel Promosi (X3)	68
Tabel 4. 17	Case Processing Summary Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4. 18	Hasil Uji Realibilitas Keputusan Pembelian (Y).....	69
Tabel 4. 19	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S)	73
Tabel 4. 20	Uji Multikonlinearitas	75
Tabel 4. 21	Hasil Uji Pengaruh Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4. 22	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	78
Tabel 4. 23	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	79
Tabel 4. 24	Hasil Uji Simulan (Uji F).....	83

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	34
Rumus 3. 2 Rentang Skala	40
Rumus 3. 3 Validitas (Pearson Product Moment).....	42
Rumus 3. 4 Uji Regresi Linear Berganda	45
Rumus 3. 5 Uji t	46
Rumus 3. 6 Uji F	47
Rumus 4. 1 Rumus Persamaan Regresi Linear Berganda.....	77