

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI
KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BURGER
RAMLY DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh
Kelvin
180910024

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

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI
KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BURGER
RAMLY DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Kelvin
180910024**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Kelvin

NPM : 180910024

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BURGER RAMLY DI KOTA BATAM

Adalah Hasil Karya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, 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 dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur PLAGIASI, maka bersedia naskah Skripsi ini di gugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 22 Januari 2022



Kelvin

180910024

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI
KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BURGER
RAMLY DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Kelvin
180910024**

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

Batam, 22 Januari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daris Purba', with a long horizontal stroke extending to the right.

**Daris Purba, S.E.I, M.S.I
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) pengaruh motivasi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Burger Ramly Kota Batam, 2) pengaruh persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Burger Ramly Kota Batam, 3) pengaruh sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Burger Ramly Kota Batam, 4) pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Burger Ramly Kota Batam. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada Konsumen Burge Ramly Sebanyak 123 responden. Sumber data yang dipakai merupakan sumber data primer dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling*. penelitian ini menggunakan metode analisis data statistik menggunakan SPSS versi 16. Dari hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa variabel X1 nilainya signifikan yakni 0.004 dan t-hitung yang diperoleh $2.922 > t\text{-tabel } 1.9799$, kesimpulannya ialah Motivasi Konsumen (X1) secara signifikan dan positif memengaruhi Keputusan Pembelian (Y). Variabel X2 nilainya signifikan yakni 0.001 dan t-hitung yang diperoleh yaitu $2.922 > t\text{-tabel } 1.9799$, kesimpulannya ialah Persepsi Kualitas (X2) secara signifikan dan positif memengaruhi Keputusan Pembelian (Y). Variabel X3 nilainya tidak signifikan yakni 0.064 dan t-hitung yang diperoleh yaitu $1.867 < t\text{-tabel } 1.9799$, kesimpulannya ialah Sikap Konsumen (X3) tidak memengaruhi Keputusan Pembelian (Y). Secara simultan diperoleh nilai Fhitung sebesar 60.621 $> F\text{tabel } 2.680$ dengan df pembilangnya adalah 3 dan df penyebutnya 119 serta taraf signifikannya $0.000 < 0.05$. Kesimpulannya, Motivasi Konsumen (X1), Persepsi Kualitas (X2) dan Sikap Konsumen (X3) secara simultan memengaruhi Kinerja Karyawan (Y).

Kata kunci: Motivasi, Persepsi Kualitas, Sikap, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine 1) the effect of consumer motivation on purchasing decisions for Burger Ramly products in Batam City, 2) the effect of perceived quality on purchasing decisions for Burger Ramly products in Batam City, 3) the influence of consumer attitudes on purchasing decisions for Burger Ramly products in Batam City, 4) the influence of consumer motivation, perceived quality and consumer attitudes simultaneously influence the purchasing decisions of Burger Ramly products in Batam City. This study uses data obtained from the results of distributing questionnaires to Burger Ramly Customer About 123 respondents. The data source used is the primary data source with the sampling method used is the accidental sampling method. This research uses statistical data analysis method using SPSS version 16. From the results of hypothesis testing, it can be seen that the X1 variable has a significant value, namely 0.004 and the t-count obtained is $2,922 > t\text{-table } 1.9799$, the conclusion is that Consumer Motivation (X1) significantly and positively affects Purchase Decisions (Y). The X2 variable has a significant value, namely 0.001 and the t-count obtained is $2.922 > t\text{-table } 1.9799$, the conclusion is Quality Perception (X2) significantly and positively influences Purchase Decision (Y). The X3 variable has an insignificant value, namely 0.064 and the t-count obtained is $1.867 < t\text{-table } 1.9799$, the conclusion is Consumer Attitude (X3) does not affect Purchase Decision (Y). Simultaneously obtained Fcount value of $60,621 > F\text{table } 2,680$ with df numerator is 3 and df denominator is 119 and the significance level is $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Motivation, Perceived Quality, Attitude, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa laporan tugas akhir 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. 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, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Bapak Daris Purba S.E.I., M.S.I. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Bapak Jontro Simanjuntak S.Pt., S.E., M.M. selaku dosen metodologi penelitian yang telah mengarahkan penulis dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
7. Orang tua dan keluarga yang selalu berdoa dan memberi dukungan penuh kepada penulis.
8. Seluruh pimpinan dan karyawan Burger Ramly yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian.
9. Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu menyemangati hingga selesai Skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta Taufik-Nya, Amin.

Batam, 22 Januari 2022

Kelvin



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoristis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Motivasi Konsumen	12
2.1.2 Persepsi Kualitas	14
2.1.3 Sikap Konsumen	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.3.1 Hubungan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.2 Hubungan Persepsi Kualias terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.3 Hubungan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Sifat Penelitian	31
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.5 Sumber Data	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data	34
3.7 Definisi Operasional Variabel	34
3.8 Metode Analisa Data.....	36
3.9 Uji Hipotesis	41

	Halaman
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.2 Deskripsi Karakteristik Resonden.....	43
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	46
4.4 Analisis Data.....	51
4.5 Uji Hipotesis	57
4.6 Pembahasan	59
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian Universitas Putera Batam

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Grafik Histogram	52
Gambar 4.2 Diagram <i>P-P Plot Regression Standardized Residual</i>	53
Gambar 4.3 Scatterplot	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Omzet Penjualan Burger Ramly Tahun 2016-2020	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	32
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> pada Teknik Pengumpulan Data	34
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3.4 Lanjutan	36
Tabel 3.5 Kriteria Analisis Deskriptif	36
Tabel 3.6 Tingkat Validitas	37
Tabel 3.7 Indeks Koefisien Reliabilitas	38
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	46
Tabel 4.5 Skor Kuesioner Untuk Variabel Motivasi Konsumen	47
Tabel 4.6 Skor Kuesioner Untuk Variabel Persepsi Kualitas	48
Tabel 4.7 Skor Kuesioner Untuk Variabel Sikap Konsumen	49
Tabel 4.8 Skor Kuesioner Untuk Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	53
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Determinasi (R^2)	57
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial)	57
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan)	58

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	37
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda	39
Rumus 3.3 Analisis Koefisien Determinasi	40