

**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELUMAS PADA
PT JUMBO POWER INTERNATIONAL BATAM**

SKRIPSI



Oleh

Robert Lee

180910301

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

**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELUMAS PADA
PT JUMBO POWER INTERNATIONAL BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh

Robert Lee

180910301

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Robert Lee

NPM : 180910301

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Program Studi : Manajemen Bisnis

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

PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELUMAS PADA PT JUMBO POWER INTERNATIONAL BATAM

adalah hasil karya sendiri dan bukan”duplikasi” dari karya orang lain sepengetahuan saya, didalam naskah proposal 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 didalam naskah proposal ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, Serta diproses dengan peraturan perundang-undang yang berlaku.

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

Batam, 08 Juli 2022



Robert Lee

180910301

**PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELUMAS PADA
PT JUMBO POWER INTERNATIONAL BATAM**

SKRIPSI


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

Oleh :

**Robert Lee
180910301**

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

Batam , 08 Juli 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'W' followed by a vertical line and a curve.

**(Winda Evyanto, S.S., M.MPd)
Pembimbing**



ABSTRAK

Salah satu aspek terpenting dari perilaku konsumen yang mengarah pada pembelian barang atau jasa adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen terkait erat dengan unsur-unsur yang mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian. Konsumen akan memeriksa berbagai pilihan alternatif berdasarkan kriteria ini dan memilih satu atau lebih yang diperlukan tergantung pada pertimbangan, unsur-unsur yang bisa mempengaruhi pembelian yaitu harga, iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelumas pada PT Jumbo Power international Batam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bagaimana keputusan pembelian pelumas PT Jumbo Power International Batam dipengaruhi oleh harga, iklan, dan kualitas pelayanan pada PT Jumbo Power International Batam. Dengan Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner pada yang diambil yang berjumlah 150 responden, dengan teknik pengujian yang digunakan yaitu analisa data yang menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji hetrokedastitas, multikolineritas, uji T, uji F. Harga, iklan, dan kualitas layanan memiliki koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,505 atau 50,5 persen dari variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan faktor lain dapat digunakan untuk menjelaskan atau mempengaruhi sisanya sebesar 49,5 persen.

ABSTRACT

One of the most important aspects of consumer behavior that leads to the purchase of goods or services is the purchase decision. The purchasing decision of consumers is closely related to the elements that influence them to make a purchase. Consumers will examine various alternative options based on these criteria and choose one or more necessary depending on the considerations, elements that can influence the purchase, namely price, advertising and quality of service to the decision to purchase lubricants at PT Jumbo Power international Batam. The purpose of this study is to ascertain how the decision to purchase pt Jumbo Power International Batam lubricants is influenced by the price, advertising, and quality of service at PT Jumbo Power International Batam. By using quantitative research methods by distributing questionnaires on those taken totaling 150 respondents, with the testing techniques used, namely data analysis using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, normality tests, hetrochedasity tests, multicholineritas, T tests, F tests. Price, advertising, and service quality have a coefficient of determination (Adjusted R Square) of 0.505 or 50.5 percent of the variables that affect purchasing decisions. Meanwhile, other factors can be used to explain or influence the remaining 49.5 percent.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelumas Pada PT Jumbo Power International Batam” dimana prosposal ini juga meruoakan 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. Kerena itu, kritik dan saran senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan penulisan menyadari pula bahwa Proposal penelitian ini tidak akan 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. Micheal Jibreal 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. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd., .Pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam .
5. Dosen dan staf Universitas Putera Batam.
6. Seluruh Konsumen PT Jumbo Power International Batam yang telah sangat banyak membantu dalam pengisian kuisisioner.
7. orang tua yang seganap tercinta yang telah selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi.
8. Seluruh teman seperjuangan penulis, Santo, Chandra. Dan teman-teman lain.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufiknya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Batam, 08 Juli 2022

Robert Lee



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR RUMUS	iii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Pembatasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kajian Teori.....	10
2.1.1. Harga.....	10

2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3. Iklan (Promosi)	16
2.1.4. Keputusan Pembelian	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	21
2.3. Kerangka Pemikiran	28
2.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.2. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4. Hipotesis	30
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
3.1. Jenis Penelitian	32
3.2. Sifat Penelitian	33
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian	33
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	33
3.3.2. Periode Penelitian	33
3.4. Populasi dan Sampel	34
3.4.1. Populasi.....	34
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel	35
3.4.3. Teknik Sampling.....	36
3.5. Sumber Data	37
3.5.1. Data primer	37
3.5.2. Data sekunder	37
3.6. Metode Pengumpulan Data	38
3.7. Definisi Operasional Variabel	39
3.7.1. Variabel Independen	39
3.7.2. Variabel Dependen	40
3.8. Metode Analisis Data	41
3.8.1. Analisis Deskriptif	41
3.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda	42

3.8.3. Analisis Determinasi (R^2)	43
3.8.4. Uji Hipotesis	43
3.9.1. Uji Kualitas Data	43
3.9.2. Uji Reliabilitas	44
3.9.3. Uji Asumsi Klasik.....	45
3.9.4. Uji Multikolinearitas.....	46
3.9.5. Uji Heteroskedastisitas	47
3.9.6. Uji Pengaruh	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Analisis Karakteristik Responden	49
4.1.1. Statistik deskriptif.....	49
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	49
4.2.1. Jenis Kelamin Responden.....	49
4.2.2. Usia Responden	51
4.2.3. Tingkat Pendidikan Responden	52
4.3. Hasil Penelitian.....	53
4.3.1. Analisis Deskriptif.....	53
4.4. Analisis Data	60
4.4.1. Hasil Uji Kualitas Data	60
4.5. Pengujian Hipotesis	73
4.5.1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.6. Pembahasan	79
4.6.1. Hasil pengujian Harga Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.6.2. Hasil Pengujian Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.6.3. Hasil pengujian Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.6.4. Hasil pengujian Harga, iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	80
BAB V.....	82
KESIMPULAN DAN SARAN	82

5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN I.....	92
PENDUKUNG PENELITIAN.....	92
LAMPIRAN II.....	132
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	132
LAMPIRAN III.....	134
SURAT PENELITIAN.....	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2 2 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4 1 Pie chart jenis kelamin.....	50
Gambar 4 2 Pie Chart Usia	51
Gambar 4 3 Pie Chart Tingkat Pendidikan.....	52
Gambar 4 4 Uji Normalitas Kurva Histogram.....	70
Gambar 4 5 Uji Normalitas Grafik P-Plot Keputusan Pembelian.....	70
Gambar 4 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Tingkat penjualan tahun 2019, 2020 dan 2021.....	6
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4 2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia	51
Tabel 4 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
Tabel 4 4 Deskripsi Variabel Harga (X1)	53
Tabel 4 5 Deskripsi variabel Iklan (X2)	55
Tabel 4 6 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	56
Tabel 4 7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y1).....	58
Tabel 4 8 Hasil Uji Validitas Harga (X1).....	61
Tabel 4 9 Hasil uji validitas variabel iklan (X2).....	62
Tabel 4 10 hasil uji validitas kualitas pelayanan (X3)	63
Tabel 4 11 Hasil uji validitas keputusan pembelian (Y3).....	63
Tabel 4 12 <i>Case Processing Summary</i> Variabel Harga (X1).....	65
Tabel 4 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1).....	65
Tabel 4 14 <i>Case Processing Summary</i> Variabel Iklan (X2)	66
Tabel 4 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan (X2).....	66
Tabel 4 16 <i>Case Processing Summary</i> Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	67
Tabel 4 17 Hasil Uji Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	67
Tabel 4 18 <i>Case Processing Summary</i> Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 4 19 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4 20 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	71
Tabel 4 21 Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4 22 Hasil Uji Pengaruh Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 4 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	74
Tabel 4 24 Hasil Uji Parsial (Uji t)	76
Tabel 4 25 Hasil Uji Simulan (Uji F)	78

DAFTAR RUMUS

Rumus 3 1 Rumus Slovin.....	35
Rumus 3 2 Regresi Berganda.....	42
Rumus 3 3 Analisis Product-Moment Pearson.....	44
Rumus 3 4 Alpha Cronbach.....	45
Rumus 3 5 Kolomogrov-Smirnov.....	46
Rumus 3 6 Formulasi Umum.....	47
Rumus 4 1 Rumus Persamaan Regresi Linear Berganda	73
Rumus 4 2 Rumus uji parsial	75