

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT LONG TIME**

SKRIPSI



**Oleh:
Agustino
160910079**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT LONG TIME**

SKRIPSI

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



**Oleh
Agustino
160910079**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agustino

NPM : 160910079

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PRODUCT KNOWLEDGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT LONG
TIME**

Adalah hasil karya saya sendiri dan 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 didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar 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,

Yang menyatakan, 19 Februari 2020

Materai Rp6.000,00

Agustino
160910079

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT LONG TIME**

SKRIPSI

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

**Oleh
Agustino
160910079**

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

Batam, 19 Februari 2020

**Svaifullah, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Di zaman sekarang perusahaan pasti ingin menjadi sebuah jaringan distribusi yang terunggul dalam bidang bisnis yang bersangkutan tersebut, sementara tidak hanya ada satu perusahaan itu sendiri saja yang selalu berinovasi dan kreatif tapi semua pesaing ataupun kompetitor bisnis tersebut berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik ataupun terunggul dalam bisnis tersebut yang terbaik dalam dunia bisnis. Kualitas produk dan product knowledge sangat berpengaruh dalam mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan product knowledge terhadap keputusan pembelian di PT Long Time. Berdasarkan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,803 atau 80,3%, dan thitung (4,478) > ttabel (2,3539) dan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05 dan thitung (14,827) > ttabel (2,3590) dan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05, maka bisa disimpulkan variabel kualitas produk dan product knowledge berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini Kualitas Produk dan *Product Knowledge* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Diperoleh juga nilai F sebesar 279,549 yang lebih besar dari f tabel 3,06 dengan nilai probabilitas (sig) = 0.000 jauh lebih kecil dari nilai 0,005 maka H_3 diterima, berarti secara bersama-sama (simultan) Kualitas Produk dan *Product Knowledge* memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan populasi berjumlah 140 orang, dan sampel yang digunakan adalah sebesar 140 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji pengaruh menggunakan regresi linear berganda SPSS 25.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Keputusan Pembelian; *Product Knowledge*

ABSTRACT

In this day and age the company definitely wants to be a leading distribution network in the relevant business field, while there is not just one company itself that is always innovating and creative, but all competitors or business competitors are competing to be the best or the foremost in the business is the best in the business world. Product quality and product knowledge are very influential in encouraging consumers to make purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and product knowledge on purchasing decisions at PT Long time. Based on the value of R Square (R^2) of 0.803 or 80.3%, and tcount (4.478) t_{table} (2.3539) and significance value = 0.000 < 0.05 and tcount (14.827) > t_{table} (2.3590) and value significance = 0.000 < 0.05, it can be concluded that product quality and product knowledge variables influence purchasing decisions. This research product quality and product knowledge have a significant positive effect on purchasing decisions. Also obtained an F value of 279,549 which is greater than f table 3.06 with a probability value (sig) = 0.000 much smaller than the value of 0.005 then H_3 is accepted, meaning that together (simultaneously) Product Quality and Product Knowledge have a significant effect on Buying decision. The method used in this study is a quantitative method, with a population of 140 people, and the sample used is 140 people. Data analysis techniques used in this study were descriptive analysis, data quality test, classic assumption test, and the effect test using multiple linear regression SPSS 25.

Keywords: Product Knowledge; Product Quality; Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Long Time”. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi 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.S.I. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Syaifullah, S.E.,M.M. selaku pembimbing skripsi yang sudah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Erwan selaku direktur PT Long Time yang menyediakan data penelitian bagi penulis.
6. Dosen dan staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis.
7. Kedua orang tua yang memberikan kasih sayang dan cinta yang tulus serta menjadi tempat curahan hati penulis, atas doa, nasihat, serta dukungan yang mereka berikan.
8. Dini setiani selaku kakak kandung peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan masukan dan semangat dalam penyusunan skripsi.

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 para pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membacanya. Akhir kata, terima kasih.

Batam, 19 Februari 2020

Agustino

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
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.....	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Secara Teoritis	7
1.6.2 Secara Praktis.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori Dasar	9
2.1.1 Teori Kualitas Produk.....	9
2.1.2 <i>Product Knowledge</i>	14
2.1.3 Keputusan Pembelian	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Berpikir	22
2.3.1 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2 <i>Product Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Kualitas Produk dan <i>Product Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Devinisi Variabel Peneltian	24
3.2.1 Variabel Dependensi	25
3.2.2 Variabel independen	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4.1 Pengumpulan Data.....	29

3.5	Metode Analisis Data	29
3.5.1	Uji Kualitas Instrumen.....	30
3.5.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	32
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	33
3.5.4	Uji Regresi Linear Berganda	34
3.5.5	Koefisien Determinasi	35
3.5.6	Uji Hipotesis	36
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	37
3.6.1	Lokasi Penelitian	37
3.6.2	Jadwal Penelitian	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Hasil Penelitian.....	39
4.1.1	Profil Responden	39
4.2	Hasil Penelitian.....	41
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	41
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data.....	44
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	48
4.2.4	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.2.5	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.2.6	Hasil Uji Hipotesis.....	55
4.3	Pembahasan	56
4.3.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada PT. Long Time.....	56
4.3.2	Hasil Uji HipotesisPengaruh <i>product knowledge</i> terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Long Time.	57
4.3.3	Pengaruh Kualitas Produk dan <i>product knowledge</i> terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada PT.Long Time.	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		59
5.1	Simpulan.....	59
5.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Penjualan Januari-Juni 2019	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.2 <i>Skala Likert</i>	29
Tabel 3.3 Tingkat Validitas	31
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas	32
Tabel 3.5 Rentang Skala.....	33
Tabel 3.6 Waktu Penelitian	38
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskriptif	42
Tabel 4.5 Indikator Variabel Kualitas Produk (X_1).....	42
Tabel 4.6 Indikator Variabel <i>Product Knowledge</i> (X_2).....	43
Tabel 4.7 Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Product Knowledge</i> (X_2)	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji t	55
Tabel 4.18 Hasil Uji F	56

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Pearson Product Moment</i>	30
Rumus 3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	35
Rumus 3.3 Uji T	37