

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA
PT BARELANG GYPSUM PERKASA**

SKRIPSI



Oleh :

Ertina

(160910049)

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

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA
PT BARELANG GYPSUM PERKASA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana



Oleh :

Ertina

(160910049)

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

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 08 Febuari 2020

Yang membuat pernyataan,

Ertina

160910049

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA
PT BARELANG GYPSUM PERKASA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

Oleh :

Ertina

(160910049)

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

Batam, 8 Februari 2020

Heryenzus, S.Kom., M.Si.

Pembimbing

ABSTRAK

Dalam periode meningkatnya persaingan, terutama dalam penjualan komoditas dan jasa, perusahaan perlu lebih memperhatikan promosi dan kualitas komoditas yang dipasarkan sebagai respons terhadap persaingan. Untuk meningkatkan penjualan, PT Bareleng Gypsum Perkasa perlu melakukan promosi dan kualitas produk yang baik. Oleh karena itu dalam penelitian ini berusaha menganalisis pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap tingkat penjualan di PT Bareleng Gypsum Perkasa. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 25 dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 106 konsumen dan sampel 106 konsumen dengan sampling jenuh (sensus). Data penelitian yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan hasil kuesioner dan pengujian berdasarkan metode analisis regresi berganda. Hasil Uji T untuk variabel Promosi adalah 0,000 dan variabel kualitas produk adalah 0,036 sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan secara parsial. Sedangkan hasil Uji F lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi simultan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan.

Kata kunci: Kualitas Produk; Promosi; Tingkat Penjualan.

ABSTRACT

In period of increased competition, especially in commodity and service sales, the company needs to pay more attention to the promotion and quality of the commodities marketed in response to competition. In order to increase sales it is necessary for PT Bareleng Gypsum Perkasa to establish promotions and good product quality. Therefore in this study trying to analyze the effect of promotion and product quality on sales level at PT Bareleng Gypsum Perkasa. This study uses SPSS 25 application with quantitative descriptive research methods. The population in this study were 106 consumers and the sample 106 consumers with saturation (Census) Sampling. The research data used are primary data obtained by questionnaire results and testing based on multiple regression analysis methods. The results of T Test for the Promotion variable are 0,000 and the product quality variable is 0,036 so it can be concluded that promotion and product quality have a significant effect on the level of sales partially. While the results of F Test are smaller than 0,05 which is 0,000 so it can be concluded that simultaneous promotion and product quality significantly influence the level of sales.

Keywords: *Product quality; Promotion; Sales Level.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen 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 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. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.;
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd.;
3. Ketua Program Studi Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.;
4. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
6. Bapak Gunawan selaku Direktur PT Bareleng Gypsum Perkasa dan seluruh staff karyawan yang telah membantu penulis untuk melaksanakan penelitian;
7. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang sudah memberikan kasih sayang dan cinta kasih yang tulus serta mendoakan, nasihat, dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini;
8. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa membantu penulis baik berupa kritikan, masukan, dan semangat dalam penyusunan skripsi;
9. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

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

Batam, 08 Feb 2020

Ertina

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	9
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.4 Hipotesis.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Operasional Variabel.....	21
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24

3.5	Metode Analisis Data.....	25
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	41
4.2	Pembahasan.....	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2. Pendukung Penelitian

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	19
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 List Promosi Penjualan pada PT BGP serta PT SIM	3
Tabel 1.2 Laporan Penjualan PT Barelang Gypsum Perkasa.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.2 Skala Likert	25
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif	27
Tabel 3.4 Range Validitas	28
Tabel 3.5 Indeks Koefisien Reliabilitas	31
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	43
Tabel 4.5 Skor Kuisioner Untuk Variabel Promosi (X1).....	44
Tabel 4.6 Skor Kuisioner Variabel Kualitas Produk	46
Tabel 4.7 Skor Kuisioner Variabel Tingkat Penjualan.....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.10 <i>One-Sample Kolmogorov –Smirnov Test</i>	53
Tabel 4.11 Multikolinearitas	54
Tabel 4.12 Heteroskedasitas	55
Tabel 4.13 Regresi linear Berganda	56
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	57
Tabel 4.15 Range Validitas	58
Tabel 4.16 Hasil Uji T	59

Tabel 4.17 Hasil Uji F	61
-------------------------------------	----

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rentang Skala	26
Rumus 3.2 Korelasi Product Moment	29
Rumus 3.3 Cronbrach's alpha	30
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	34
Rumus 3.5 Korelasi Linear Berganda	34
Rumus 3.6 Rumus Uji T	37
Rumus 3.7 Rumus Uji F	38