

**PENGARUH PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
MEMBELI RUMAH PADA PT FANINDO CIPTA
PROPERTINDO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

Leonardo

150910504

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
MEMBELI RUMAH PADA PT FANINDO CIPTA
PROPERTINDO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



DISUSUN OLEH:

**Leonardo
150910504**

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

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Nama : Leonardo

NPM : 150910504

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI RUMAH PADA PT FANINDO CIPTA PROPERTINDO DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya 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 pernyataan di dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan skripsi 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, 03 Agustus 2019

Materai 6000

Leonardo
150910504

**PENGARUH PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
MEMBELI RUMAH PADA PT FANINDO CIPTA
PROPERTINDO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh :
Leonardo
150910504**

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

Batam, 03 Agustus 2019

**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam. Desain penelitian yang digunakan peneliti adalah analisis kuantitatif. Populasi yang diteliti peneliti adalah konsumen PT Fanindo Cipta Propertindo sejumlah 125 orang tahun 2018. Jumlah sampel yang diambil peneliti sebanyak 125 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah sampling jenuh yang termasuk *nonprobability sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada konsumen yang membeli rumah di PT Fanindo Cipta Propertindo. Proses perhitungan menggunakan software SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 21.0. Metode analisis data penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo. Nilai *R square* sebesar 0,784 atau 78,4%. Menunjukkan variabel promosi (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh sebesar 78,4% terhadap keputusan membeli (Y), sisa sebesar 21,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata kunci : Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Membeli.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion and product quality on the decision to buy a house at PT Fanindo Cipta Propertindo in Batam City. The research design used by researchers is quantitative analysis. The population studied by researchers was 125 consumers of PT Fanindo Cipta Propertindo in 2018. The number of samples taken by researchers was 125 respondents. The sampling technique used by researchers was saturated sampling which included nonprobability sampling. The data collection technique used by researchers was a questionnaire. The questionnaire was distributed to consumers who bought a house at PT Fanindo Cipta Propertindo. The calculation process uses SPSS software (Statistical Product and Service Solutions) version 21.0. The method of analyzing the research data uses multiple linear regression analysis. The results showed that the promotion and quality of products partially and simultaneously had a positive and significant effect on the decision to buy a house at PT Fanindo Cipta Propertindo. The R square value is 0.784 or 78.4%. Shows the promotion variable (X1) and product quality (X2) has an effect of 78.4% on buying decisions (Y), the remainder of 21.6% is influenced by other variables outside the research.

Keywords: Promotion, Product Quality, Buying Decision.

KATA PENGANTAR

Syukur dan terima kasih penulis ucapkan 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 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.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Bapak Dermawan selaku Manajer HRD PT Fanindo Cipta Propertindo bersedia memberi izin untuk melakukan penelitian ini.
7. Orang tua yang telah membesarkan dan mendidik penulis serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan motivasi dan dorongan semangat kepada penulis.
8. Teman-teman kampus maupun diluar kampus yang membantu, memotivasi dan membagi pengalamannya dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Para responden yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

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

Batam, 03 Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR RUMUS	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Manfaat Teoritis	8
1.6.2. Manfaat Praktis	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Teori Dasar	10
2.1.1 Promosi	10
2.1.1.1 Pengertian Promosi	10
2.1.1.2 Bauran Promosi	11
2.1.1.3 Indikator Promosi	13
2.1.2 Kualitas Produk	14
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk	16
2.1.3 Keputusan Membeli	18
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Membeli	18

2.1.3.2	Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	19
2.1.3.3	Proses – proses Pembelian.....	21
2.1.3.4	Indikator Keputusan Membeli	22
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Kerangka Pemikiran.....	24
2.4	Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN26

3.1.	Desain Penelitian	26
3.2.	Operasional Variabel.....	26
3.2.1.	Variabel Dependen.....	26
3.2.2.	Variabel Independen.....	27
3.3.	Populasi dan Sampel	28
3.3.1.	Populasi	28
3.3.2.	Sampel	29
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5.	Metode Analisis Data.....	31
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	31
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	32
3.5.2.1.	Uji Validitas.....	32
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas	33
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	34
3.5.3.1.	Uji Normalitas	35
3.5.3.2.	Uji Multikolinieritas	35
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	36
3.5.4.	Uji Pengaruh.....	36
3.5.4.1.	Uji Regresi Linear Berganda	36
3.5.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	37
3.6.	Uji Hipotesis	38
3.6.1.	Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	38
3.6.2.	Pengujian Secara Parsial (Uji T)	39
3.7.	Tempat dan Waktu Penelitian	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Profil Responden	41
4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	42
4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	42
4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.1.1.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	44
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	44
4.1.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X1)	45
4.1.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	46
4.1.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Membeli (Y)	48
4.1.3 Uji Kualitas Data	50
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas	50
4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	52
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	53
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas	53
4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	56
4.1.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4.1.6 Uji Pengaruh.....	58
4.1.5.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	58
4.1.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.1.7 Uji Hipotesis.....	60
4.1.6.1 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)	60
4.1.6.2 Hasil Uji Secara Simultan (Uji f).....	61
4.2 Pembahasan.....	62
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 66
5.1 Simpulan	66
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
KUESIONER PENELITIAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data penjualan PT Fanindo Cipta Propertindo	5
Tabel 1.2. Data Keluhan Konsumen PT Fanindo Cipta Propertindo	6
Tabel 2.2.1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	29
Tabel 3.2. Skala Likert.....	32
Tabel 3.3. Range Validitas.....	33
Tabel 3.4. Indeks Koefisien Reliabilitas	35
Tabel 3.7. Jadwal Penelitian	41
Tabel 4.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Tabel 4.4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5. Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4.5. Kriteria Analisis Deskriptif.....	45
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Promosi	46
Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 4.8. Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Membeli..	49
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	51
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Membeli	52
Tabel 4.12. Indeks Koefisien Reliabilitas	53
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.14. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test (Keputusan Membeli)	56
Tabel 4.15. Hasil Uji Multikolinearitas (Keputusan Membeli)	57
Tabel 4.16. Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.17. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.18. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	60
Tabel 4.19. Hasil Uji t.....	68
Tabel 4.20. Hasil Uji F.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Data Histogram	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data P-P Plot.....	54

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Regresi Linear Berganda	37
Rumus 3.3 Koefisien Determinasi R^2	38

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN
LAMPIRAN II REKAPITULASI PROFIL RESPONDEN
LAMPIRAN III REKAPTITULASI DATA HASIL KUESIONER
LAMPIRAN IV HASIL UJI
LAMPIRAN V TABEL r
LAMPIRAN VI TABEL t
LAMPIRAN VII TABEL F