

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PERUMAHAN ROYAL GRANDE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Reony Angelica
160910111**

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

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PERUMAHAN ROYAL GRANDE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Reony Angelica
160910111**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Reony Angelica

NPM : 160910111

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN ROYAL GRANDE 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 ternyata di 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, 06 Maret 2020

Reony Angelica
160910111

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PERUMAHAN ROYAL GRANDE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh :

**Reony Angelica
160910111**

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

Batam, 07 Februari 2020

**Nanda Harry Mardika, S.Pd., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian perumahan Royal Grande di Batam dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian perumahan Royal Grande di Batam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh adalah kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian perumahan Royal Grande. Sampel untuk penelitian ini terdiri dari 228 pemilik rumah di perumahan Royal Grande. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 22. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner yang diisi oleh pemilik rumah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan dan secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini dapat dibuktikan melalui nilai sig-F yang signifikansi kurang dari 5%.

Kata Kunci : kualitas produk; promosi; keputusan pembelian.

ABSTRAK

This study aims to determine whether the quality of products and promotion influence the purchasing decision of Royal Grande Housing in Batam and analyze the most dominant factor in influencing the purchase decision of Royal Grande Housing in Batam. The purpose of this study is to learn how big of an influence are the quality of products and promotions towards the purchase decision of Royal Grande housing complex. The sample for this study consists of 228 house owners in Royal Grande housing complex. The sampling method used in this study is accidental sampling. This data was analyzed using the SPSS version 22. The data used in this study was collected using questionnaires which were filled by the house owners. The result of this study shows that the quality of products and promotions have a significant influence and effect on purchase decision, simultaneously. This result can be proven through the value of sig-F which significance is less than 5%.

Keywords: product quality; promotion; purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, 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. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.;
3. Bapak Nanda Harry Mardika, S.Pd., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
5. Kedua orang tua, dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh kepada penulis;
6. Rekan kerja yang telah berbagi ilmu dan memberi saran kepada penulis hingga selesai skripsi ini;
7. Teman-teman se-angkatan penulis yang telah membantu ide dan selalu menyemangati hingga selesai skripsi ini.

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

Batam, 06 Maret 2020

Reony Angelica
160910111

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Kualitas Produk.....	10
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.1.1.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	11
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	11
2.1.2 Promosi	12
2.1.2.1 Pengertian Promosi	12
2.1.2.2 Tujuan Promosi	13
2.1.2.3 Bauran Promosi.....	14
2.1.2.4 Indikator Promosi.....	15
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3.2 Proses Keputusan Pembelian	17
2.1.3.3 Struktur Keputusan Pembelian.....	20
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Penelitian	26

2.4	Hipotesis.....	26
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Desain Penelitian.....	28
3.2	Operasional Variabel.....	28
3.2.1	Variabel bebas (<i>independent variable</i>)	28
3.2.2	Variabel terikat (<i>dependent variabel</i>).....	29
3.3	Populasi dan Sampel	30
3.3.1	Populasi	30
3.3.2	Sampel.....	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5	Metode Analisis Data.....	32
3.5.1	Analisis Deskriptif	33
3.5.2	Uji Kualitas Instrument	33
3.5.2.1	Uji Validitas	33
3.5.2.2	Uji Reabilitas.....	35
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	36
3.5.3.1	Uji Normalitas	36
3.5.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.5.3.3	Uji Multikolinearitas	37
3.5.4	Uji Pengaruh	38
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.5.4.2	Uji R Square (Koefisien Determinasi)	39
3.5.5	Uji Hipotesis	40
3.5.5.1	Uji T	40
3.5.5.2	Uji F	41
3.6	Lokasi dan Jadwal	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
1.1	Hasil Penelitian	43
4.1.1	Profil Responden.....	43
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Tinggal.....	46
4.1.2	Analisis Deskriptif	47
4.1.2.1	Variabel Kualitas Produk (X1).....	47
4.1.2.2	Variabel Promosi (X2)	48
4.1.2.3	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
4.1.3	Hasil Uji Kualitas Data	51
4.2.3.1	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	51
4.1.3.2	Hasil Uji Realiabilitas	53
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	53
4.1.4.1	Hasil Uji Normalitas	53
4.1.4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	55

4.1.4.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
4.1.5	Uji Pengaruh	57
4.1.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
4.1.5.2	Uji R Square.....	59
4.1.6	Uji Hipotesis	60
4.1.6.1	Uji T	60
4.1.6.2	Uji F	62
4.2	Pembahasan.....	63
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	65
5.2	Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (P-P plot)	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Permintaan Perbaikan Bangunan Perumahan Royal Grande.....	3
Tabel 1.2 Data Promosi Perumahan Royal Grande.....	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Skala Likert	32
Tabel 3.3 Tingkat Validitas	35
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Lama Tinggal	46
Tabel 4.5 Rentang skor.....	47
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Promosi	49
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.15 Hasil Uji R Square.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji T	61
Tabel 4.17 Hasil Uji F	62

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin	30
Rumus 3.2 Rumus Skala	33
Rumus 3.3 Pearson Product Moment.....	34
Rumus 3.4 Uji Realibilitas	35
Rumus 3.5 Analisis Regresi Linear Berganda	38
Rumus 3.6 Rumus R Square	39
Rumus 3.7 Uji R^2	39
Rumus 4.1 Interval Skor	47
Rumus 4.2 R Tabel.....	51
Rumus 4.3 Persamaan Regresi Berganda.....	58
Rumus 4.4 T tabel	60