

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT NIAGA
UTAMA SARANA PANGAN**

SKRIPSI



**Oleh:
Yanto Marlio
160910142**

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT NIAGA
UTAMA SARANA PANGAN**

SKRIPSI

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



**Oleh
Yanto Marlio
160910142**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Yanto Marlio

NPM : 160910142

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

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

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Niaga Utama Sarana Pangan”

Adalah hasil karya saya 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 tertera 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 akademik 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, 7 Februari 2020

Yanto Marlio

160910142

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT NIAGA
UTAMA SARANA PANGAN**

SKRIPSI

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

**Oleh
Yanto Marlio
160910142**

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

Batam, 7 Februari 2020

Rikson Pandapotan Tampubolon, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Niaga Utama Sarana Pangan. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 227 pihak toko yang membeli produk beras cap raja ultima 25kg. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan bantuan menggunakan rumus slovin 5% sehingga terdapat 145 toko yang memenuhi kriteria pemilihan sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda dengan persamaan kuadrat terkecil dan uji hipotesis menggunakan *t-statistic* untuk menguji koefisien regresi parsial dan Uji *F-statistic* untuk menguji koefisien regresi simultan dengan level signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai *t* hitung sebesar 5,472 lebih besar dari nilai *t* tabel sebesar 1,97681 dengan signifikansi 0,000 dan variabel promosi secara parsial berpengaruh juga terhadap keputusan pembelian dengan nilai *t* hitung sebesar 4,810 lebih besar dari nilai *t* tabel sebesar 1,97681 dengan signifikansi 0,000 juga. Variabel kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai *F* hitung sebesar 31,558 dan ini lebih besar dari *F* tabel sebesar 3,06 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian; Kualitas Pelayanan; Promosi.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and promotion on purchasing decisions at PT Niaga Utama Sarana Food. The population in this study consisted of 227 shops who bought 25 kg of king ultima cap rice products. The sampling technique in this study used the 5% slovin formula so that there were 145 shops that met the sample selection criteria. Data analysis techniques used in this study are multiple linear regression tests and hypothesis testing using t-statistics and F-statistic with a significance level of 5%. The results showed the service quality variable partially influenced the purchase decision with a t value of 5.472 greater than the t table value of 1.97681 with a significance of 0.000 and the promotion variable partially also affected the purchasing decision with a t value of 4.810 greater than t table value of 1.97681 with a significance of 0,000 as well. Service quality and promotion variables simultaneously affect the purchase decision with a calculated F value of 31.558 and this is greater than the F table of 3.06 and a significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Purchase Decision; Promotion; Service Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan 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 menyiapkan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, kritikan dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati dan lapang dada. 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, Sk.Kom., M.SI selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ibu 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 Universitas Putera Batam;
4. Bapak Nanda Harry Mardika, S.Pd., M.M. selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Rikson Pandapotan Tampubolon, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Kepala Kantor dan Staff PT Niaga Utama Sarana Pangan;
8. Kedua orang tua serta keluarga penulis yang selalu mendukung dan memberikan motivasi;
9. Teman seperjuangan yang memberikan masukan serta motivasi dalam penyusunan tugas akhir ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas segala kebaikan dan selalu memberikan rahmat dan hidayahNya, Amin.

Batam, 7 Februari 2020

Yanto Marlio

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR RUMUS	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	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	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Rancangan Utama Pemasaran	11
2.1.3 <i>Marketing Mix</i>	13
2.1.4 Kualitas Pelayanan (X1)	14
2.1.4.1 Dasar-Dasar Kualitas Pelayanan	14
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	15
2.1.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.1.5 Promosi (X2)	16
2.1.5.1 <i>Promotion Mix</i>	17
2.1.5.2 Elemen-elemen yang mempengaruhi <i>Promotion Mix</i>	18
2.1.5.3 Indikator Promosi	19
2.1.6 Keputusan Pembelian (Y)	19
2.1.6.1 Elemen-elemen yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.1.6.2 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Operasional Variabel	28
3.2.1 Variabel Dependen	28
3.2.2 Variabel Independen	29

3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Jenis Data	32
3.4.2 Sumber Data.....	33
3.5 Metode Analisis Data.....	34
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	34
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	35
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	37
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.5.5 Uji Hipotesis.....	40
3.5.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.6 Lokasi Jadwal Penelitian.....	42
3.6.1 Lokasi Penelitian	42
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Profil Responden.....	43
4.1.1.1 Jenis Kelamin Responden	43
4.1.1.2 Usia Responden.....	44
4.1.1.3 Pendapatan Responden.....	45
4.1.1.4 Pendidikan Terakhir Responden	46
4.1.2 Deskripsi Data Penelitian.....	46
4.1.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	51
4.1.4 Uji Kualitas Data.....	52
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	56
4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.1.7 Uji Hipotesis.....	62
4.1.7.2 Hasil Uji F	64
4.1.8 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.2 Pembahasan.....	65
4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Pada Keputusan Pembelian	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Beras Cap Raja Ultima 25 kg	24
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Histogram	57
Gambar 4.2 Normal P-P Plot.....	57
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i>	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1	Pengertian Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2	Skala Likert	33
Tabel 3.3	Rentang Skala.....	35
Tabel 3.4	Tingkat Interval Validitas.....	36
Tabel 3.5	Tingkat Interval Reliabilitas.....	37
Tabel 3.6	Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.2	Usia Responden.....	44
Tabel 4.3	Pendapatan Responden.....	45
Tabel 4.4	Pendidikan Terakhir Responden	46
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Promosi	48
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif	51
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	53
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Promosi (X2)	53
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	55
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Untuk Variabel Promosi (X2)	55
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4.15	Uji Kolmogrov-Smirnov	58
Tabel 4.16	Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.17	Uji Glejser	61
Tabel 4.18	Uji Analisis Linear Berganda.....	61
Tabel 4.19	Uji t.....	63
Tabel 4.20	Uji F	64
Tabel 4.21	Koefisien Determinasi.....	65

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Penentuan Sampel Slovin	32
Rumus 3.2 Pengukuran Skala	34

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	Jurnal Penelitian Terdahulu
LAMPIRAN II	Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN III	Profil Responden
LAMPIRAN IV	Daftar Pertanyaan
LAMPIRAN V	Data Responden
LAMPIRAN VI	Tabulasi Data
LAMPIRAN VII	Hasil Output SPSS Versi 25
LAMPIRAN VIII	r tabel, F-tabel dan t-tabel
LAMPIRAN IX	Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN X	Surat Izin Penelitian