

**PENGARUH KUALITAS, PELAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PADA MORNING
BAKERY BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Tang Cristover

180910140

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS, PELAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PADA MORNING
BAKERY BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

Tang Cristover

180910140

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Tang Cristover
NPM/NIP : 180910140
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH KUALITAS, PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PADA MORNING BAKERY BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam 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, 25 Juli 2022



Tang Cristover

180910140

**PENGARUH KUALITAS, PELAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PADA MORNING
BAKERY BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Tang Cristover
180910140**

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

Batam, 25 Juli 2022

A handwritten signature in blue ink, consisting of a long diagonal stroke followed by a cursive flourish.

**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui 1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembeli pada Morning Bakery Greenland Batam, 2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli pada Morning Bakery Greenland Batam, 3) pengaruh promosi terhadap keputusan pembeli pada Morning Bakery Greenland Batam, 4) pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembeli pada Morning Bakery Greenland Batam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data dari penyebaran kuesoner melalui link google form pada 115 pelanggan pada Morning Bakery Greenland Batam. Metode pengumpulan data menggunakan data kuesoner yang sudah diperoleh dari link google form. Penelitian ini menggunakan metode analisis data statistik menggunakan SPSS versi 25. Dari hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk diketahui $0,143 > 0,05$ sedangkan untuk nilai t hitung sebesar $-1,508 < t \text{ tabel } 1,981$, dimana H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli, Hasil uji hipotesis pada variabel kualitas pelayanan diketahui $0,255 > 0,05$ sedangkan untuk nilai t hitung sebesar $1,163 < t \text{ tabel } 1,981$, dimana H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli, Hasil uji hipotesis pada variabel promosi diketahui $0,099 > 0,05$ sedangkan untuk nilai t hitung sebesar $1,709 < t \text{ tabel } 1,981$, dimana H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli. Hasil penilaian dari nilai f hitung sebesar 1,528 lebih kecil dari nilai f tabel sebesar 2,69, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,005$. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a diterima pada variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan promosi (X3) jika diuji secara bersama-sama tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembeli pada Morning Bakery Greenland Batam.

Kata Kunci : Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Promosi, Keputusan pembeli

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine 1) the effect of product quality on buyer decisions at Morning Bakery Greenland Batam, 2) the effect of service quality on buyer decisions at Morning Bakery Greenland Batam, 3) the influence of promotions on buyer decisions at Morning Bakery Greenland Batam, 4) the influence of quality product, service quality, and promotion of buyer decisions at Morning Bakery Greenland Batam. This research uses quantitative research methods. This study uses data from the distribution of questionnaires via a google form link to 115 customers at Morning Bakery Greenland Batam. The data collection method uses questionnaires data that has been obtained from the google form link. This study uses statistical data analysis method using SPSS version 25. From the results of hypothesis testing, it can be seen that product quality variable is $0.143 > 0.05$ while the t-count value is $-1.508 < t$ table 1.981, where H_0 is accepted and H_a is rejected, which means does not have a positive and significant effect on buyer decisions. The results of hypothesis testing on service quality variables are known to be $0.255 > 0.05$ while the t-count value is $1.163 < t$ table 1.981, where H_0 is accepted and H_a is rejected, which means that it has no positive and significant effect on buyer decisions. The result of hypothesis testing on the promotion variable are known to be $0.099 > 0.05$ while the t-count value is $1.709 < t$ table 1.981, where H_0 is accepted and H_a is rejected, meaning that is has no positive and significant effect on buyer decisions. The results of the assessment of the calculated f value of 1.528 is smaller than the f table value of 2.69, with a significance value of $0.000 > 0.005$. Thus H_0 is accepted and H_a is rejected on the variables of product quality (X1), service quality (X2), and promotion (X3) if tested together it does not have a simultaneous effect on buyer decisions at Morning Bakery Greenland Batam.

Keywords : Product quality, Service quality, Promotion, Buyer's decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur 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 Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. 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. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Plt. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M., selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Syaifullah, S.E., M.M., selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Keluarga Besar Bapak, Mama, dan Kakak yang selalu memberi dukungan serta cinta kepada penulis
7. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis

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

Batam, 25 Juli 2022



Tang Cristover



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR RUMUS.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2 Manfaat Praktis Bagi Perusahaan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Kualitas Produk.....	10
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	10
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk.....	11
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk.....	13
2.1.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	14
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	15

2.1.2.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.1.2.2	Indikator Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.2.3	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.2.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.3	Promosi.....	20
2.1.3.1	Pengertian Promosi	20
2.1.3.2	Jenis-Jenis Promosi	23
2.1.3.3	Tujuan Promosi.....	23
2.1.3.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	24
2.1.3.5	Indikator Promosi.....	25
2.1.4	Keputusan Pembeli	25
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembeli	25
2.1.4.2	Proses Keputusan Pembeli	27
2.1.4.3	Indikator Keputusan Pembeli	27
2.1.4.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembeli	28
2.2	Penelitian Terdahulu	29
2.3	Kerangka Pemikiran	31
2.3.1	Hubungan variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian.....	31
2.3.2	Hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian.....	31
2.3.3	Hubungan variabel promosi terhadap variabel keputusan pembelian.	32
2.3.4	Hubungan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap variabel keputusan pembelian.....	32
2.4	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Desain Penelitian	37
3.2	Operasional Variabel	37
3.2.1	Variabel Bebas (Independent Variable)	37
3.2.2	Variabel Terikat (Dependent Variable).....	38
3.3	Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1	Populasi	39
3.3.2	Sampel.....	40
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	41

3.6	Metode Analisis Data	42
3.6.1	Analisis Deskriptif	42
3.6.2	Uji Kualitas Data.....	43
3.6.2.1	Uji Validitas.....	43
3.6.2.2	Uji Reliabilitas	44
3.7	Uji Asumsi Klasik	45
3.7.1	Uji Normalitas	45
3.7.2	Uji Multikolinearitas	46
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	46
3.7.4	Uji Pengaruh	46
3.7.4.1	Uji Regresi Linear Berganda	46
3.7.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	47
3.7.5	Uji Hipotesis	48
3.7.5.1	Uji T	48
3.7.5.2	Uji F	48
3.8	Lokasi dan Jadwal Penelitian	49
3.8.1	Lokasi Penelitian.....	49
3.8.2	Jadwal Penelitian	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	52
4.2.1	Profil Responden.....	52
4.2.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	53
4.2.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	54
4.2.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.2.1.5	Profil Responden Berdasarkan Status	55
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	56
4.3.1	Kualitas Produk.....	56
4.3.2	Kualitas Pelayanan.....	57
4.3.3	Promosi.....	59
4.3.4	Keputusan Pembeli	60
4.4	Analisis Data	61
4.4.1	Hasil Uji Validitas Data	61

4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas Data.....	65
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
4.4.3.1	Hasil Dari Uji Normalitas.....	68
4.4.3.2	Hasil Dari Uji Multikolinearitas	70
4.4.3.3	Hasil Dari Uji Heteroskedastisitas	71
4.4.4	Hasil Uji Pengaruh.....	72
4.4.4.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	72
4.4.4.2	Hasil Analisis Koefisien Terhadap Determinasi (R ²).....	74
4.5	Hasil Uji Hipotesis.....	75
4.5.1	Uji T (Uji Parsial)	75
4.5.2	Uji F (Regresi Simultan)	77
4.6	Pembahasan.....	78
4.7	Implikasi	81
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1	Simpulan	83
5.2	Saran	84
	Daftar Pustaka	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4. 1 Diagram Histogram	68
Gambar 4. 2 Diagram <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Total Pembeli Toko Roti Morning Bakery di Tahun 2018-2020 ..	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	49
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Status	55
Tabel 4. 6 Skor Indikator Pada Variabel Terhadap Kualitas Produk	56
Tabel 4. 7 Skor Indikator Pada Variabel Terhadap Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 4. 8 Skor Indikator Pada Variabel Terhadap Promosi	59
Tabel 4. 9 Skor Indikator Pada Variabel Terhadap Keputusan Pembeli	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Kualitas Produk	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Promosi	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Keputusan Pembeli	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Variabel Promosi.....	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Variabel Keputusan Pembeli.....	67
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Koefisien Terhadap Determinasi (R^2).....	74
Tabel 4. 23 Hasil Uji T	76
Tabel 4. 24 Hasil Uji F.....	77

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	40
Rumus 3. 2 <i>Pearson Product Moment</i>	43
Rumus 3. 3 <i>Cronbach's Alpha</i>	44
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda.....	46
Rumus 3. 5 Koefisien Determinasi.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Profil Responden

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Uji SPSS 22

Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 5. Surat Permohonan Izin Penelitian Putera Batam