

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PT SARANG MAS SEJAHTERA**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Sherina  
190910087**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTRA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PT SARANG MAS SEJAHTERA**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Sherina  
190910087**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTRA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sherina  
NPM : 190910087  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SARANG MAS SEJAHTERA”**

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, 14 Januari 2023



**Sherina**  
**190910087**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,  
KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PT SARANG MAS SEJAHTERA**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:  
Sherina  
190910087**

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

**Batam, 14 Januari 2023**



**Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D.  
Pembimbing**



**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Kompetitor bisnis dalam perdagangan semakin besar sehingga memaksa pengusaha untuk bisa mempunyai kelebihan bersaing yang berkelanjutan. Kualitas produk, kepercayaan dan promosi menjadi peran yang sangat penting dalam perdagangan bisnis terutama pada perusahaan yang bergerak pada bidang produk otomotif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Sarang Mas Sejahtera. Studi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam studi penelitian ini yaitu 160 responden, yang di ambil dengan sampling jenuh. Metode pengujian data yang digunakan dalam studi penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Alat pengujian data dalam studi penelitian ini di bantu dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kepercayaan dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk, kepercayaan dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 55,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk; Kepercayaan; Promosi; Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Business competitors are getting bigger, forcing entrepreneurs to be able to have a sustainable competitive advantage. Product quality, trust and promotion play a significant role in business trading, especially for companies engaged in the automotive product sector. The purpose of this study was to determine how far the influence of product quality, trust and promotion on purchasing decisions at PT Sarang Mas Sejahtera. This research study applied a quantitative approach. The sample used in this research study was 160 respondents, which taken by saturated sampling. Data testing methods used in this research are validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, coefficient of determination test, and hypothesis testing. The data testing tool in this research was assisted by the SPSS. The results indicated that product quality, trust and promotion partially and simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. The results of the test for the coefficient of determination showed that product quality, trust and promotion partially and simultaneously have a significant effect on purchasing decisions by 55.5% while the rest are influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Product Quality; Trust; Promotion; Buying decision*



## KATA PENGANTAR


Puji dan syukur kehadiran 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 Universitas Putera Batam.

Penulis juga 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 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 Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., Selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuhnya;
7. Seluruh teman dan sahabat seperjuangan universitas putera batam yang saling memberikan dukungan untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 14 Januari 2023

  
Sherina





**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vii
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
TABEL RUMUS.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Perumusan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	6
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.6.2 Manfaat Praktis .....	7
2.1 Teori Dasar.....	9
2.1.1 Kualitas Produk.....	9
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	9
2.1.1.2 Indikator Kualitas Produk .....	10
2.1.1.3 Manfaat Kualitas Produk.....	11
2.1.2 Kepercayaan.....	12
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan.....	12
2.1.2.2 Indikator Kepercayaan .....	13
2.1.2.3 Jenis Kepercayaan.....	14
2.1.3 Promosi .....	14
2.1.3.1 Pengertian Promosi .....	14
2.1.3.2 Indikator Promosi.....	15
2.1.3.3 Tujuan Promosi .....	15
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	17

2.1.4.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN .....	26
3.1 Jenis Penelitian .....	26
3.2 Sifat Penelitian.....	26
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian .....	26
3.3.1 Lokasi Perusahaan .....	26
3.3.2 Periode Penelitian .....	27
3.4 Populasi dan Sampel .....	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	28
3.4.3 Teknik Sampling .....	28
3.5 Sumber Data .....	28
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	29
3.8 Metode Analisis Data.....	31
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	31
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	32
3.8.2.1 Uji Validitas .....	32
3.8.2.2 Uji Reliabilitas .....	33
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	33
3.8.3.2 Uji Multikolinieritas.....	33
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.8.4 Uji Pengaruh.....	34
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	34

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	35
3.9 Uji Hipotesis.....	35
3.9.1 Uji T .....	36
3.9.2 Uji F .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1 Sejarah Objek Penelitian .....	38
4.1.2 Logo Perseroan.....	38
4.1.3 Visi & Misi Objek Penelitian .....	38
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	39
4.2.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	39
4.2.2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	40
4.2.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	40
4.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	41
4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	41
4.3.2 Deskripsi Variabel Kepercayaan .....	43
4.3.3 Deskripsi Variabel Promosi.....	44
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	46
4.4 Analisis Data.....	47
4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	47
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	49
4.4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	49
4.4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	51
4.4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51
4.4.4 Hasil Uji Pengaruh.....	52
4.4.4.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	52
4.4.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54
4.5 Uji Hipotesis .....	55
4.5.1 Uji T (Persial) .....	55
4.5.2 Uji F (Simultan).....	56
4.6 Pembahasan .....	57
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sarang Mas Sejahtera .....	57

4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sarang Mas Sejahtera .....	58
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sarang Mas Sejahtera .....	59
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sarang Mas Sejahtera.....	59
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	60
4.7.1 Implikasi Teoritis.....	60
4.7.2 Implikasi Praktis .....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
Lampiran I Kuesioner Penelitian	
Lampiran II Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran III Surat Izin Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4. 1 Diagram Uji Normalitas.....	49
Gambar 4. 2 <i>P-P Plot Of Regression Standardized Residual</i> .....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Baterai (aki) Merek G-Force Tahun 2021 .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Daftar Konsumen PT Sarang Mas Sejahtera.....	27
Tabel 3.3 Skala Likert.....	29
Tabel 3.4 Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia.....	40
Tabel 4.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	40
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Kualitas Produk.....	41
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Kepercayaan.....	43
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Promosi .....	44
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Kolmogorv-Smirnov Test.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	57



### TABEL RUMUS

Rumus 3. 1 Validitas ( <i>Pearson Product Moment</i> ) .....	32
Rumus 3. 2 Uji Regresi Linear Berganda .....	35
Rumus 3. 3 Uji Koefisien Determinasi .....	35
Rumus 3. 4 Uji T .....	36
Rumus 3. 5 Uji F .....	37