

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI PT INTERNASIONAL
HARDWARE INDO**

SKRIPSI



**Oleh:
Nardi suhendra
180910139**

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

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI PT INTERNASIONAL
HARDWARE INDO**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Nardi suhendra
180910139**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nardi Suhendra
Npm : 180910139
fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian di PT International Hardware Indo”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, pada 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 sebenar benarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam. 29 July 2022


CNF2CAJX95750183
Nardi Suhendra
180910139

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI PT INTERNASIONAL
HARDWARE INDO**

SKRIPSI

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

**Oleh
Nardi suhendra
180910139**

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal seperti tertera dibawah ini

Batam, 29 Juli 2022



Sunargo, S.E., M.Sc



ABSTRAK

Pada pertumbuhan sektor industri pada beberapa periode dapat menyebabkan pola perubahan pemikiran seseorang yang menjadi lebih baik dan dapat memikirkan faktor yang terjadi pada lingkungan sekitar. Dalam penelitian yang diteliti memiliki tujuan untuk menguji pengaruh kelengkapan produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di PT International Hardware Indo. *Explanation research* merupakan jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini, *explanation research* bertujuan menjelaskan pengaruh variable berdasarkan hipotesis. Sampel pada penelitian ini yaitu seluruh pelanggan yang ada pada PT International Hardware Indo yang berjumlah 192 pelanggan. Dalam teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *sampling* jenuh dengan populasi sebanyak 192 pelanggan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 26. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 2,124 lebih besar dari tabel 1,642, dan nilai *signifikan alpha* $0,035 < 0,05$, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 4,646 lebih besar dari tabel 1,642, dan nilai *signifikan alpha* $0,000 < 0,05$. promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung -1,285 t tabel 1,642, dan nilai signifikan sebesar 0,200 lebih besar dari nilai alpha 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kelengkapan produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan pengaruh promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kelengkapan, Kualitas, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The growth of the industrial sector in several periods can cause a change in a person's thinking patterns for the better and can think about factors that occur in the surrounding environment. In this research, the aim is to examine the effect of product completeness, product quality and promotion on purchasing decisions at PT International Hardware Indo. Explanation research is a type of research used in this study, explanation research aims to explain the effect of variables based on hypotheses. The sample in this study were all customers at PT International Hardware Indo, totaling 192 customers. In the sampling technique of this study using a saturated sampling technique with a population of 192 customers. The data analysis method used is the multiple linear regression analysis method using the SPSS (Statistical Package for the Social Science) version 26 program. The results of the test show that the completeness of the product has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t value of 2.124 which is greater than table 1.642. , and a significant value of alpha $0.035 < 0.05$, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count value of 4.646 greater than the table 1.642, and a significant value of 0.000 alpha < 0.05 . promotion has a negative and insignificant effect on purchasing decisions with a t-count value of -1.285, t-table 1.642, and a significant value of 0.200 greater than an alpha value of 0.05. So it can be concluded that the effect of product completeness and product quality has an effect on purchasing decisions, while the effect of promotion has no effect on purchasing decisions.

Keywords: *Completeness, Quality, Promotion, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

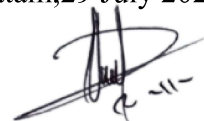
Puji syukur kita panjatkan terhadap Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Sastra satu (S1) dalam Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena itu, kritik dan saran yang diberikan oleh penulis dapat menerima dengan senang hati dan juga lapang dada dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa pada skripsi ini takkan terwujud tanpa adanya bantuan dari, bimbingan dan dorongan berbagai pihak. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan- ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Sunargo, S.E., M.Sc. selaku Posen Pembimbing
5. Seluruh Bapak/ Ibu Dosen dan Staff yang telah membimbing di Universitas Putera Batam;
6. Orang tua, keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, dan doa serta semangat dalam setiap Langkah penulis;
7. Kakak, dan rekan mahasiswa seangkatan yang selalu memberikan saran serta dukungan kepada penulis;
8. Seluruh pihak yang terkait pada PT. International Hardware Indo atas pemberian izin penelitian dan kesempatan yang diberikan pada penelitian ini;
9. Seluruh teman-teman serta rekan-rekan yang telah memberikan semangat kepada peneliti dan seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan proposal ini.

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

Batam,29 July 2022



Nardi Suhendra



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
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 Secara Teoritis	8
1.6.2 Secara Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kajian Teori	10
2.1.1. Kelengkapan Produk	10
2.1.2. Kualitas Produk.....	13
2.1.3. Promosi	16
2.1.4. Keputusan pembelian	19
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Pemikiran.....	25
2.3.1. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.4. Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Jenis Penelitian.....	28
3.2. Sifat penelitian	28

	Halaman
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	29
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	29
3.3.2. Periode Penelitian.....	29
3.4. Populasi Dan Sampel	30
3.4.1. Populasi.....	30
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel.....	30
3.4.3. Teknik Sampling	31
3.5. Sumber Data.....	31
3.5.1. Sumber Data Primer	31
3.5.2. Sumber Data Sekunder.....	31
3.6. Metode Pengumpulan Data	32
3.6.1. Teknik Pengumpulan Data	32
3.6.2. Instrumen Pengumpulan Data	33
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian	34
3.7.1. Variabel Independen	34
3.7.2. Variabel Dependen.....	35
3.8. Metode Analisis Data	37
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif	37
3.8.2. Uji Kualitas Data.....	37
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8.4. Uji Pengaruh	40
3.9. Uji Hipotesis	42
3.9.1. Uji T (Regresi Parsial)	42
3.9.2. Uji F (Regresi Simultan)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	44
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	44
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	46
4.3. Deskripsi Jawaban Responden.....	46
4.3.1. Deskripsi Variabel Kelengkapan Produk (X1)	47
4.3.2. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	47
4.3.3. Deskripsi Variabel Promosi (X3)	48
4.3.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
4.4. Analisis Data.....	51
4.4.1. Uji Kualitas Data	51
4.4.2. Uji Asumsi Klasik	52
4.4.3. Uji Pengaruh	56
4.5. Uji Hipotesis	57
4.5.1. Hasil Uji t (Parsial)	57
4.5.2. Hasil Uji F (Simultan).....	58

	Halaman
4.6. Pembahasan	59
4.6.1. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian	59
4.6.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	60
4.6.3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.4. Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	62
4.7. Implikasi Hasil Penelitian	63
4.7.1. Implikasi Teoritis	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Simpulan	64
5.2. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Pendukung Penelitian
2. Daftar Riwayat Hidup
3. Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik data penjualan.....	5
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	27
Gambar 4.1 Logo PT International Hardware Indo.....	43
Gambar 4.2 Grafik Histogram	53
Gambar 4.3 Diagram P-P Plot Regression Standardized Residual	53
Gambar 4.4 Scatterplot	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Harga Produk Fitting.....	4
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	29
Tabel 3.2 Tabel Pelanggan	30
Tabel 3.3 Skala Likert pada Teknik Pengumpulan Data.....	33
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3.5 Kriteria Analisis Deskriptif	37
Tabel 3.6 Tingkat Validitas	38
Tabel 3.7 Indeks Koefisien Reabilitas.....	39
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	46
Tabel 4.5 Skor Kuesioner Untuk Variabel Kelengkapan Produk.....	47
Tabel 4.6 Skor Kuesioner Untuk Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 4.7 Skor Kuesioner Untuk Variabel Promosi.....	49
Tabel 4.8 Skor Kuesioner Untuk Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorv-Smirnov.....	54
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Determinasi (R ²)	57
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial)	57
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan).....	59

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Korelasi <i>Pearson</i>	37
Rumus 3.2 <i>Alpa Cronbach</i>	38
Rumus 3.3 Uji Normalitas	39
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	41