

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT SRI INDAH  
DECORATIVE**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Doni Candra Wijaya  
180910030**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT SRI INDAH  
DECORATIVE**

**SKRIPSI**

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



**Oleh  
Doni Candra Wijaya  
180910030**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Doni Candra Wijaya  
NPM : 180910030  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PRODUCT KNOWLEDGE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT SRI INDAH  
DECORATIVE

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan duplikasi dari karya orang lain. Sepengetahuan saya dalam 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 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,

Yang menyatakan, 02 Agustus 2022



Doni Candra Wijaya  
180910030

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PRODUCT  
KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT SRI INDAH  
DECORATIVE**

Oleh:

**Doni Candra Wijaya**

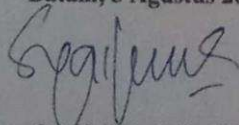
**180910030**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera dibawah ini

**Batam, 5 Agustus 2022**



**Syaifulah, S.E., M.M.**  
Pembimbing

## ABSTRAK

Pada masa sekarang ini organisasi mutlak perlu menjadi jaringan diseminasi yang berhasil di bidang bisnis yang dikhawatirkan, sementara tidak hanya satu organisasi itu sendiri yang terus berkembang dan berimajinasi, namun semua pesaing atau pesaing bisnis berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik atau yang terbaik. dalam bisnis itu yang terbaik dalam bisnis di seluruh dunia. Kualitas barang dan informasi barang sangat kuat dalam memberdayakan pembeli untuk memilih pilihan pembelian. Motivasi yang melatarbelakangi penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas barang dan informasi barang terhadap pilihan pembelian pada PT.Sri Indah Decorative. dilihat dari nilai R Square ( $R^2$ ), dapat diduga bahwa kualitas barang dan faktor informasi barang mempengaruhi pilihan pembelian. Dalam ulasan ini, kualitas barang dan informasi barang secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian. menyiratkan bahwa bersama-sama (sementara) Kualitas Produk dan Pengetahuan Produk berdampak pada Keputusan Pembelian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi kuantitatif, dengan menggunakan populasi sebanyak 105 individu, dan contoh yang digunakan adalah 105 individu. Metode pemeriksaan informasi yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah pemeriksaan jernih, uji kualitas informasi, uji kecurigaan gaya lama, dan uji efek menggunakan SPSS 25 banyak kekambuhan langsung.

**Keyword:** Kualitas produk, *Product Knowledge*, keputusan konsumen

## **ABSTRACT**

*in the present outright organization needs to be a dissemination network that succeeds in the field of business worried, while there isn't just a single organization itself that is continuously developing and imaginative, yet all contenders or business contenders are competing to be awesome or the best. in that business the best in worldwide business. Item quality and item information are extremely powerful in empowering shoppers to go with buying choices. The motivation behind this study is to decide the effect of item quality and item information on buying choices at PT. Sri Indah Decorative. in view of the worth of R Square (R<sup>2</sup>), it very well may be presumed that item quality and item information factors influence buying choices. In this review, item quality and item information significantly affect buying choices. implies that together (all the while) Product Quality and Product Knowledge impact Purchase Decisions. The techniqueutilized in this study is a quantitative strategy, utilizing a populace of 105 individuals, and the example utilized is 105 individuals. The information examination method utilized in this exploration is clear examination, information quality test, old style suspicion test, and effect test utilizing SPSS 25 numerous direct relapse.*

**Keyword:** *Product quality, Product Knowledge, consumer decisions*

## KATA PENGANTAR

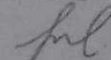
Puji dan syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Sri Indah Decorative". Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari 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, S.Kom, M.S.I. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak 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 Kaprodi jurusan manajemen.
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi yang sudah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Kendi selaku direktur PT Sri Indah Decorative yang menyediakan data penelitian bagi penulis.
6. Dosen dan staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis.
7. Kedua orang tua yang memberikan kasih sayang dan cinta yang tulus serta menjadi tempat curahan hati penulis, atas doa, nasihat, serta dukungan yang mereka berikan.
8. Dini setiani selaku kakak kandung peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan masukan dan semangat dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh hingga saat ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membacanya. Akhir kata, terima kasih.

Batam, 02 Agustus 2022



Doni Candra Wijaya

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	6
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1 Secara Teoritis .....	7
1.6.2 Secara Praktis .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
2.1 Teori Dasar .....	9
2.1.1 Teori Kualitas Produk.....	9
2.1.2 <i>Product Knowledge</i> .....	14
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	26
2.3.1 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	26
2.3.2 <i>Product Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.3 Kualitas Produk dan <i>Product Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.4 Hipotesis.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	29
3.1 Desain Penelitian .....	29
3.2 Devinisi Variabel Peneltian.....	29
3.2.1 Variabel Dependen .....	29
3.2.2 Variabel independen .....	30
3.3 Populasi dan Sampel .....	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33



3.4.1 Pengumpulan Data.....	34
3.5 Metode Analisis Data.....	34
3.5.1 Uji Kualitas Instrumen .....	35
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	37
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	38
3.5.4 Uji Regresi Linear Berganda .....	39
3.5.5 Koefisien Determinasi.....	40
3.5.6 Uji Hipotesis.....	41
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	42
3.6.1 Lokasi Penelitian .....	42
3.6.2 Jadwal Penelitian .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Profil Responden .....	44
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	47
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data .....	52
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
4.2.5 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	61
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis.....	62
4.3 Pembahasan.....	64
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada PT. Long Time.....	64
4.3.2 Hasil Uji HipotesisPengaruh <i>product knowledge</i> terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Long Time .....	64
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>product knowledge</i> terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada PT.Long Time.....	65
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
5.1 Simpulan .....	66
5.2 Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	27
<b>Gambar 4.1</b> Logo PT Sri Indah Decorative .....	44
<b>Gambar 4.2</b> Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram.....	56
<b>Gambar 4.3</b> Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot .....	57

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Laporan Penjualan Maret-February 2022 .....	2
<b>Tabel 1.2</b> Laporan Returan Maret-February 2022 .....	3
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	25
<b>Tabel 3.1</b> Definisi Operasional Variabel.....	31
<b>Tabel 3.2</b> <i>Skala Likert</i> .....	34
<b>Tabel 3.3</b> Tingkat Validitas .....	36
<b>Tabel 3.4</b> Indeks Koefisien Reliabilitas .....	37
<b>Tabel 3.5</b> Rentang Skala.....	38
<b>Tabel 3.6</b> Waktu Penelitian .....	43
<b>Tabel 4.1</b> Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
<b>Tabel 4.2</b> Data Responden Berdasarkan Usia.....	46
<b>Tabel 4.3</b> Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
<b>Tabel 4.4</b> Kriteria Analisis Deskriptif .....	48
<b>Tabel 4.5</b> Indikator Variabel Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ).....	49
<b>Tabel 4.6</b> Indikator Variabel <i>Product Knowledge</i> (X <sub>2</sub> ).....	50
<b>Tabel 4.7</b> Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	51
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ) .....	52
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Validitas <i>Product Knowledge</i> (X <sub>2</sub> ).....	53
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	54
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Reliabilitas.....	55
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov.....	58
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	60
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	61
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji t .....	62
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji F .....	63

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> <i>Pearson Product Moment</i> .....	35
<b>Rumus 3.2</b> Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
<b>Rumus 3.3</b> Uji T.....	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran I** Penelitian Terdahulu
- Lampiran II** Data kuesioner
- Lampiran III** hasil olahan SPSS 25
- Lampiran IV** Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran V** Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran VI** Surat Balasan Perusahaan