

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT LINGGA
FURNINDO BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Ellis
140910024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT LINGGA
FURNINDO BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Ellis
140910024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Ellis
NPM/NIP : 140910024
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT LINGGA FURNINDO 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 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, 03 Februari 2018

Materai 6000

Ellis
140910024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT LINGGA
FURNINDO BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Ellis
140910024**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Batam, 03 Februari 2018**

**Dr. Realize, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Inovasi dan perkembangan struktur pada saat ini terus berkembang pesat dan saat ini pemakaiannya tidak lagi untuk bangunan berstruktur tingkat tinggi, tetapi sudah mulai digunakan di berbagai tingkat perumahan. Salah satu perubahan dalam struktur bangunan adalah pada pekerjaan kusen jendela dan pintu. Salah satunya adalah material kayu yang berkualitas tinggi. Material ini sering digunakan dalam pengerjaan kusen jendela maupun pintu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada PT Lingga Furnindo yang berlokasi di Ruko Komp Palm Spring Blok B2 No. 6, Batam Centre, Batam. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 153 orang yang diambil menggunakan teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert 5 poin untuk mengukur 38 indikator. Penelitian ini menggunakan metode statistik *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dan perangkat lunak SMARTPLS Versi 2.0 untuk membuktikan hubungan antara variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan original sampel bernilai positif.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The innovation and development of structures at this time continues to grow rapidly and currently it's no longer for high rise structured buildings, but has started to be used in various levels of housing. One of the changes in the structure of building is on the work of window frames and doors. One of them is high quality wood material. This material is often used in the work of window frames and doors. The purpose of this research is to know the impact of product quality, service quality on customer satisfaction and purchase decision. This research was held on PT Lingga Furnindo Blok B2 No 6. Batam Centre, Batam. The sample in this research about 153 people it was taken by using simple random sampling. The data collecting was carried on by distributing questionnaire with scale likert 5 points to measure 36 indicators, this research also used Structural Equation Modeling (SEM) statistic method based on Partial Least Square (PLS) and SMARTPLS version 2.0 software for proving the connection among the variable. The result of this research showed that product quality has positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has positive and significant effect on purchase decision, product quality has positive and significant effect on purchase decision, service quality has positive and significant effect on purchase decision because $t\text{-value} > t\text{-table}$ and original sample has positive value.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur 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 menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis 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 ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ketua Program Studi Manajemen.
3. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.Si., selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Dosen dan staff Universitas Putera Batam.
5. Ibu Lim A ngan selaku Pimpinan beserta staff PT Lingga Furnindo.
6. Orang tua serta seluruh sahabat penulis terutama kawan-kawan S1 Se-Angkatan yang telah memberikan dukungan moral untuk terus menyelesaikan skripsi ini.
7. Pelanggan PT Lingga Furnindo yang telah meluangkan waktunya yang berharga untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

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

Batam, 03 Februari 2018

Ellis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
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
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Teori Dasar	9
2.1.1. Pemasaran	9
2.1.2. Kualitas Produk	12
2.1.3. Kualitas Pelayanan	21
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	24
2.1.5. Keputusan Pembelian	26
2.2. Penelitian Terdahulu	32
2.3. Kerangka Pemikiran	37
2.4. Hipotesis	38
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	39
3.2. Operasional Penelitian	39
3.3. Populasi dan Sampel	44
3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	46
3.5. Metode Analisis Data	46

3.5.1. Analisis Deskriptif	46
3.5.2. Analisis SEM-PLS	48
3.5.3. Spesifikasi Model.....	51
3.5.3.1. <i>Outer Model</i>	51
3.5.3.2. <i>Inner Model</i>	51
3.5.3.3. Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	52
3.5.4. Uji Model	52
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	54
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	54
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan	55
4.2. Hasil Penelitian	55
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel.....	55
4.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.2.1.4. Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	57
4.2.1.5. Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan.....	58
4.2.1.6. Persepsi Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	59
4.2.1.7. Persepsi Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	60
4.2.2. Uji Indikator / <i>Outer Model</i>	61
4.2.3. Uji Struktural / <i>Inner Model</i>	67
4.2.4. Hipotesis.....	69
4.3. Pembahasan.....	71

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	74
5.2. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA	76
-----------------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Hasil Output SmartPLS Versi 2.0
- Lampiran 4. T-Tabel

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran teoritis	36
Gambar 3.1 Ilustrasi model penelitian	50
Gambar 4.1 Output awal PLS <i>Algorithm</i>	60
Gambar 4.2 Hasil pengujian pertama PLS <i>Algorithm</i>	61
Gambar 4.3 Output bootstrapping.....	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah pelanggan PT Lingga Furnindo Tahun 2016.....	4
Tabel 3.1 Operasional variabel	41
Tabel 3.2 Rentang skor	46
Tabel 3.3 Skala likert	47
Tabel 3.4 Perbedaan variance based dan covariance based	49
Tabel 3.5 Uji model dan kriteria penilaian PLS.....	52
Tabel 3.6 Jadwal penelitian.....	53
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden	54
Tabel 4.2 Usia responden.....	55
Tabel 4.3 Pekerjaan responden	55
Tabel 4.4 Skor variabel kualitas produk	56
Tabel 4.5 Skor variabel kualitas layanan	57
Tabel 4.6 Skor variabel kepuasan pelanggan.....	58
Tabel 4.7 Skor variabel keputusan pembelian	58
Tabel 4.8 Outer loadings.....	61
Tabel 4.9 Nilai average variance extracted (AVE)	62
Tabel 4.10 <i>Cross loadings</i>	63
Tabel 4.11 Composite reliability.....	64
Tabel 4.12 Cronbach's alpha.....	64
Tabel 4.13 <i>R-square</i>	65
Tabel 4.14 Path coefficients (Mean,STDEV,T-Values)	67

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin.....	43
Rumus 3.2 Interval Skor	46
Rumus 3.3 Predictive Relevance.....	51