

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT SINAR KOBEL INDONESIA**

SKRIPSI



**Oleh
Vinta Anjayanti
160910164**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT SINAR KOBEL INDONESIA**

SKRIPSI

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



**Oleh
Vinta Anjayanti
160910164**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vinta Anajayanti
NPM : 160910164
Fakultas : Ilmu sosial dan humaniora
Program Studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SINAR KOBEL INDONESIA

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, 03 Februari 2020



Vinta Anjayanti
160910164

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT SINAR KOBEL INDONESIA**

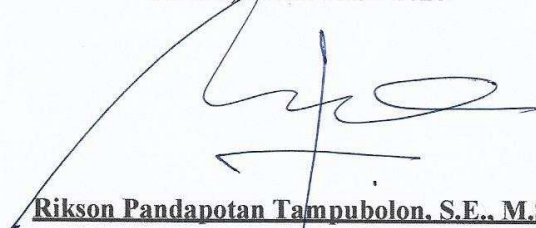
SKRIPSI

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

**Oleh
Vinta Anjayati
160910164**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 03 Februari 2020


Rikson Pandapotan Tampubolon, S.E., M.Si.
Pembimbing

ABSTRAK

Perkembangan industri sembako merupakan sektor industri yang berkembang pesat di kota Batam dikarenakan kebutuhan rumah tangga yang kian meningkat setiap waktunya. PT. Sinar Kobel Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang pendistribusian sembako yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Semakin banyaknya industri yang bergerak pada sektor ini maka konsumen lebih selektif dalam membeli sebuah produk. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Sinar Kobel Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik *survey* yang berbentuk kuesioner dengan responden 100 orang yang pernah bertransaksi pada perusahaan yang diteliti. Teknik pengambilan Sampel diambil dengan menggunakan rumus *slovin*. Penelitian ini merupakan penelitian berjenis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengujian penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Package For the Social Science* (release 25). Pada hasil pengujian diketahui bahwa hipotesis pertama, ketiga dan keempat diterima dan hipotesis kedua tidak diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t kualitas produk 7,998, kualitas pelayanan 3,286 dan promosi bertanda negatif sebesar -1,028 yang menunjukkan promosi tidak berpengaruh secara parsial. Pada hasil uji f bernilai 65,367 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil dari penelitian adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian tetapi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, promosi, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRAK

The development basic food industry is a fast-growing industrial sector in the city of Batam because household needs are increasing every time. PT. Sinar Kobel Indonesia is one of the companies engaged in the distribution of groceries that can meet consumer needs. The more industries engaged in this sector, the more selective consumers in buying a product. The purpose of this paper is to determine the effect of service quality, promotion and product quality on purchasing decisions at PT Sinar Kobel Indonesia. The data analysis technique used is a survey technique in the form of a questionnaire with 100 respondents who have transacted the company under study. The sampling technique was taken using the Slovin formula. This research is a descriptive type research with quantitative approach. Testing of this study uses SPSS (Statistical Package for the Social Science (release 25). In the test results it is known that the first, third and fourth hypotheses are accepted and the second hypothesis is not accepted. his is evidenced by the results of t test results of 7,998 product quality, 3,286 service quality and negative promotion of -1.028, which shows that promotion does not have a partial effect, the f test results are worth 65,367 with a significance level of 0,000 The results of the study are the quality of service and product quality partially and simultaneously affect purchasing decisions and promotions have no partial effect on decisions purchase but simultaneously affect the purchasing decision.

Keywords: *service quality, promotion, product quality, purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen pada Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh 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. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom, M.Si., selaku Rektor Universitas Putera Batam yang telah mendampingi dan mendidik kami;
2. Ibu Mauli Siagian S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Rikson Pandapotan Tampubolon, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Seluruh dosen dan staff pengajar di Universitas Putera Batam yang telah mendidik, mengajar dan memberi dorongan kepada penulis;
5. Keluarga, kakak-kakak tercinta dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, doa serta semangat selama proses pembuatan skripsi ini.
6. Rekan mahasiswa yang selalu memberikan saran dan dukungan kepada penulis.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan, semangat, doa dan membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung

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

Batam, 19 Februari 2020

Penulis

Vinta Anjayanti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat penelitian	10
1.6.1 Aspek Teoritis	10
1.6.2 Aspek Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Teori.....	12
2.2 Pemasaran	10
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	13
2.3 Kualitas Pelayanan.....	13
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.4 Promosi.....	16
2.4.1 Pengertian Promosi	16
2.4.2 Jenis Promosi Penjualan	18
2.4.3 Sarana Promosi	19
2.4.4 Indikator Promosi.....	20
2.5 Kualitas Produk	21
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk	21
2.5.2 Tujuan Kualitas Produk.....	23
2.5.3 Indikator Kualitas Produk.....	24
2.6 Keputusan Pembelian.....	24
2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	24
2.6.2 Peran-peran Keputusan Pembelian	26
2.6.3 Tahapan Pengambilan Keputusan.....	26

2.6.4	Indikator Keputusan Pembelian	28
2.7	Penelitian Terdahulu	29
2.8	Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian	33
3.2	Operasional Variabel	33
3.2.1	Variabel Independen	33
3.2.2	Variabel Depeden	34
3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sampel	36
3.4	Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1	Kuesioner	38
3.4.2	Dokumentasi	39
3.5	Metode Analisis Data	39
3.5.1	Analisis Deskriptif	39
3.5.2	Uji Instrumen Penelitian	41
3.5.2.1	Uji Validitas	41
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	43
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	43
3.5.3.1	Uji Normalitas	43
3.5.3.2	Uji Multikoloneritas	44
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	44
3.5.4	Analisis Regresi	45
3.5.4.1	Uji Regresi Linear Berganda	45
3.5.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	46
3.5.5	Uji Hipotesis	47
3.5.5.1	Uji Parsial (Uji T)	47
3.5.5.2	Uji Simultas (Uji F)	47
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Profil Responden	49
4.1.1.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.1.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.1.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	52
4.1.2	Analisis Deskriptif	54
4.1.2.1	Variabel Kualitas Pelayanan	54
4.1.2.2	Variabel Promosi	54
4.1.2.3	Variabel Kualitas Produk	56
4.1.2.4	Variabel Keputusan Pembelian	57
4.2	Hasil Uji Kualitas Data	58
4.2.1	Hasil Uji Validitas	58
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	61
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	63
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	63

4.3.2 Hasil Uji Multikoloneritas	67
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
4.4 Hasil Uji Pengaruh	68
4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear berganda	68
4.4.2 Analisis Determinasi	70
4.5 Uji Hipotesis	71
4.5.1 Hasil Uji T (Parsial)	71
4.5.2 Hasil Uji F (Simultan)	73
4.6 Pembahasan	74
4.6.1 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ...	74
4.6.2 Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.6.3 Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	77
4.6.4 Kualitas Pelayanan, promosi dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan Pembelian	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Diagram Histogram	64
Gambar 4.2 Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan 2018	5
Tabel 1.2 Akumulasi Produk Retur Tahun 2018.....	7
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional	35
Tabel 3.2 Skala Likert.....	39
Tabel 3.3 Rentang Skala	41
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	48
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4.4 Skala Penafsiran	53
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	53
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi	54
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	56
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Promosi	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.1 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	66
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolineritas	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi (R^2).....	71
Tabel 4.22 Hasil Uji T (Parsial)	72
Tabel 4.23 Hasil Uji F (Simultan)	73

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Slovin</i>	37
Rumus 3.2 Rentang Skala	40
Rumus 3.3 Korelasi <i>Pearson Product moment</i>	42
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	45