

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS
PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL HYUNDAI PADA PT PIONIR
AUTO MOBIL**

SKRIPSI



**Oleh:
Chris Hansen
190910365**

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

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS
PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL HYUNDAI PADA PT PIONIR
AUTO MOBIL**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Chris Hansen
190910365**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Chris Hansen

NPM : 190910365

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Hyundai Pada PT Pionir Auto Mobil”

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 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, 28 Juli 2023



Chris Hansen

190910365

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS
PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL HYUNDAI PADA PT PIONIR
AUTO MOBIL**

SKRIPSI

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

**Oleh
Chris Hansen
190910365**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 28 Juli 2023



**Asron Saputra, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman produk, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitiannya. Populasi yang akan digunakan adalah konsumen PT Pionir Auto Mobil yang jumlahnya sebanyak 355 orang, hal ini berdasarkan data penjualan pada tahun 2022. Teknik penentuan besar sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* dengan hasil perhitungan sebanyak 188 responden yang berdasarkan dengan pendekatan *simple random sampling*. Data dianalisis menggunakan model regresi linier berganda, dan SPSS digunakan sebagai pengolahan data untuk menguji uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Analisis regresi linier berganda dapat menjelaskan bahwa keragaman produk dapat memberikan peningkatan kepada keputusan pembelian sebesar 21,6%. Kualitas produk dapat memberikan peningkatan kepada keputusan pembelian sebesar 30,8%. Promosi dapat memberikan peningkatan kepada keputusan pembelian sebesar 29,1%. Analisis koefisien determinasi (R^2) mengatakan bahwa keragaman produk, kualitas produk dan promosi dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 73,5% Temuan penelitian ini pada uji hipotesis menyiratkan bahwa keragaman produk, kualitas produk dan promosi secara parsial maupun secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Keragaman Produk, Kualitas Produk, Promosi.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product diversity, product quality, and promotion on purchasing decisions for Hyundai cars at PT Pionir Auto Mobil. This research was conducted using a descriptive type with a quantitative approach as the research method. The population to be used is PT Pionir Auto Mobil's consumers, with a total of 355 people, this is based on sales data in 2022. The technique for determining the sample size in this study uses the slovin formula with a calculation result of 188 respondents based on a simple random sampling approach. Data were analyzed using multiple linear regression models, and SPSS was used as data processing to test data quality tests, classical assumption tests, effect tests and hypothesis testing. Multiple linear regression analysis can explain that product diversity can increase purchasing decisions by 21.6%. Product quality can provide an increase in purchasing decisions by 30.8%. Promotion can provide an increase in purchasing decisions by 29.1%. Analysis of the coefficient of determination (R^2) says that product variety, product quality and promotion can explain purchasing decisions by 73.5%. The findings of this study in hypothesis testing imply that product variety, product quality and promotion partially or simultaneously can have a positive and significant effect on decision to buy a Hyundai car at PT Pionir Auto Mobil.

Keywords: *Purchase Decision, Product Diversity, Product quality, Promotion.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak PT Pionir Auto Mobil yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 28 Juli 2023



Chris Hansen



Universitas Putera Batam

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	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Secara Teoritis	11
1.6.2 Secara Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Keragaman Produk.....	13
2.1.1.1 Pengertian Keragaman Produk	13
2.1.1.2 Faktor-Faktor Keragaman Produk	14
2.1.1.3 Indikator Keragaman Produk.....	15
2.1.2 Kualitas Produk.....	16
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.1.2.2 Kelompok Produk	17
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	18
2.1.3 Promosi	20
2.1.3.1 Pengertian Promosi	20
2.1.3.2 Tujuan Promosi	21
2.1.3.3 Indikator Promosi.....	22
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	24
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	24
2.1.4.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	25
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.3.1 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	31

2.4	Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Sifat Penelitian.....	33
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	34
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	34
3.3.2	Periode Penelitian	34
3.4	Populasi dan Sampel	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	35
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	36
3.5	Sumber Data.....	36
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.7.1	Variabel Independen (X).....	38
3.7.2	Variabel Dependen (Y).....	39
3.8	Metode Analisis Data.....	40
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif.....	40
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	41
3.8.2.1	Uji Validitas	41
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	42
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	43
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	43
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	44
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.8.4	Uji Pengaruh	46
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	47
3.9	Uji Hipotesis	48
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	48
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	52
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	54
4.2.5	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	55
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	55
4.3.1	Deskriptif Keragaman Produk (X1).....	56
4.3.2	Deskriptif Kualitas Produk (X2).....	57
4.3.3	Deskriptif Promosi (X3)	57
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.4	Analisis Data.....	59

4.4.1	Uji Kualitas Data.....	59
4.4.1.1	Uji Validitas.....	59
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	61
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	62
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas.....	64
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	65
4.4.3	Uji Pengaruh.....	66
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.5	Pengujian Hipotesis.....	68
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	68
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	70
4.6	Pembahasan.....	71
4.6.1	Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.6.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.6.4	Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	62
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i>	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pra <i>Survey</i> Variabel Penelitian.....	3
Tabel 1.2 Keragaman Produk Mobil Hyundai Dan Produk Pesaing.....	4
Tabel 1.3 Jenis Keluhan Konsumen Pada Tahun 2022	6
Tabel 1.4 Jenis Promosi Hyundai Maret 2023	7
Tabel 1.5 Jumlah Pembelian Mobil Hyundai Pada PT Pionir Auto Mobil Tahun 2022	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	34
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusisioner.....	38
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	41
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	54
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	55
Tabel 4.6 Rentang Skala.....	56
Tabel 4.7 Deskriptif Keragaman Produk.....	56
Tabel 4.8 Deskriptif Kualitas Produk	57
Tabel 4.9 Deskriptif Promosi	58
Tabel 4.10 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.11 Uji Validitas Keragaman Produk (X1).....	59
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	60
Tabel 4.13 Uji Validitas Promosi (X3).....	60
Tabel 4.14 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	61
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	64
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.18 Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.20 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	67
Tabel 4.21 Hasil Uji t (Parsial).....	68
Tabel 4.22 Hasil Uji f (Simultan).....	70

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin	35
Rumus 3.2 Rentang Skala	40
Rumus 3.3 Korelasi <i>Product Moment Pearson</i>	42
Rumus 3.4 <i>Alpha Cronbach</i>	43
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	46
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
Rumus 3.7 Uji t	48
Rumus 3.8 Uji F	49