

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
BATA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Cindy Widya Kenedi
180910220**

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

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
BATA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Cindy Widya Kenedi
180910220**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cindy Widya Kenedi
NPM : 180910220
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BATA DI KOTA 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 di dalam 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

Yang menyatakan,



Cindy Widya Kenedi
180910220

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
BATA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Cindy Widya Kenedi
180910220**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini
Batam, 28 Juli 2023**



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



ABSTRAK

Dewasa ini, permintaan sepatu di Indonesia melonjak signifikan, menandakan perlunya para pengusaha untuk terus berinovasi dan menciptakan produk dengan kualitas dan nilai yang luar biasa bagi konsumen. Lanskap kompetitif yang ada di antara produsen harus mengharuskan manajemen perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk tetap kompetitif di pasar yang dinamis dengan memperhatikan promosi dan kualitas produk. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini berjumlah 240 responden dengan melalui rumus slovin, didapatkan sampel sebanyak 150 orang yang kemudian datanya akan dianalisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan Promosi berpengaruh positif dan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu bata di Dc Mall Kota Batam. Kualitas Produk berpengaruh positif dan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu bata di DC Mall Kota Batam. Lalu Promosi dan Kualitas produk berpengaruh positif dan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepatu bata di DC Mall Kota Batam.

Kata kunci: keputusan pembelian, kualitas produk, promosi, sepatu bata.

ABSTRACT

These day, the demand for shoes in Indonesia has soared significantly, indicating the need for entrepreneurs to continue to innovate and create products with exceptional quality and value for consumers. The existing competitive landscape among manufacturers should require that the company's management make every effort to remain competitive in a dynamic market with due regard to promotion and product quality. This research is a quantitative descriptive study, the population in this study amounted to 240 respondents through the slovin formula, a sample of 150 people was obtained which then the data will be analyzed using the help of the SPSS application version 25. The results showed that promotion had a positive effect and had a partial significant influence on the decision to purchase Bata shoes at Dc Mall Batam City. Product Quality has a positive effect and has a partial significant influence on the decision to purchase Bata shoes at DC Mall Batam City. Then Promotion and Product Quality have a positive effect and have a partial significant influence on the decision to purchase Bata shoes at DC Mall Batam City.

Keywords: Bata shoes, product aliases, promotions, purchase decisions.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Di Kota Batam” yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Akuntansi 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. Dr. Nur Elfi Husda, S.kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael J.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, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Asron Saputra, S.E., M.Si selaku pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk selalu membimbing penulis.
5. Hikmah, S.E., M. Si. Selaku Pembimbing akademik yang senantiasa memberi saran dan bimbingan.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
7. Kedua Orang Tua Tercinta. Terimakasih atas segala doa, dukungan dan harapan kepada penulis.
8. Bapak/Ibu penguji yang bersedia untuk menjadi penguji serta memberikan krititk dan saran yang membangun.
9. NCT DREAM terutama Lee Haechan yang selalu menjadi penyemangat dalam skripsi ini.
10. Masyarakat yang sudah bersedia berpartisipasi sebagai responden.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan berkat serta rahmat-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini

Batam, 28 Juli 2023



Cindy Widya Kenedi



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian.....	9
1.6. Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Promosi.....	13
2.1.1.1. Definisi Promosi	13
2.1.1.2. Indikator Promosi	14
2.1.1.3. Tujuan Promosi.....	16
2.1.2. Kualitas Produk	17
2.1.2.1. Definisi Kualitas Produk	18
2.1.2.2. Faktor-Faktor Kualitas Produk	19
2.1.2.3. Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.2.4. Indikator Kualitas Produk	21
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.1. Definisi Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.2. Langkah-langkah Keputusan Pembelian.....	23
2.1.3.3. Macam-macam Keputusan Pembelian	24
2.1.3.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran.....	28
2.3.1. Hubungan Variabel Promosi (X1) mempengaruhi variable Keputusan Pembelian (Y)	28

2.3.2.	Hubungan Variabel Kualitas Produk (X2) mempengaruhi variable Keputusan Pembelian (Y)	29
2.4.	Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Jenis Penelitian	32
3.2.	Sifat Penelitian	32
3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian.....	33
3.3.1.	Lokasi Penelitian	33
3.3.2.	Periode Penelitian	33
3.4.	Populasi dan Sampel	33
3.4.1.	Populasi	34
3.4.2.	Sampel.....	34
3.4.2.1.	Teknik Penentuan Besar Sampel	34
3.4.3.	Teknik Sampling.....	35
3.5.	Sumber Data.....	36
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.7.1.	Variabel Independen.....	38
3.7.2.	Variabel Dependen	38
3.8.	Metode Analisis Data	39
3.8.1.	Analisis Deskriptif.....	40
3.8.2.	Uji Kualitas Data	41
3.8.2.1.	Uji Validitas Data	41
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas Data	42
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik	42
3.8.3.1.	Uji Normalitas.....	43
3.8.3.2.	Uji Multikolonieritas	44
3.8.3.3.	Uji Heterokedastisitas.....	44
3.8.4.	Uji Pengaruh	45
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.8.4.2.	Uji Koefisien Determinasi (R2).....	45
3.9.	Uji Hipotesis	47
3.9.1.	Uji t (Uji Parsial)	47
3.9.2.	Uji f (Uji Simultan)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1.	Profil Perusahaan.....	51
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	53
4.2.1.	Profil Responden	53
4.2.2.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan lama menggunakan sepatu Bata.....	54
4.2.5.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.2.6.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55

4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	56
4.3.1.	Rentang Skala	56
4.3.2.	Variabel Promosi (X1)	56
4.3.3.	Variabel Kualitas Produk (X2)	57
4.3.4.	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.4.	Analisis Data	60
4.4.1.	Hasil Uji Kualitas Data	60
4.4.1.1.	Hasil Uji Validitas	60
4.4.1.2.	Hasil Uji Reliabilitas	61
4.4.2.	Uji Asumsi Klasik	61
4.4.2.1.	Hasil Uji Normalitas	61
4.4.2.2.	Hasil Uji Multikolonieritas	63
4.4.2.3.	Hasil Uji Heterokedastisitas	64
4.4.3.	Hasil Uji Pengaruh.....	65
4.4.3.1.	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.4.3.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.5.	Pengujian Hipotesis	67
4.5.1.	Hasil Uji t	67
4.5.2.	Hasil Uji f.....	68
4.6.	Pembahasan.....	69
4.6.1.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	69
4.6.2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	69
4.6.3.	Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.7.	Implikasi Penelitian	70
4.7.1.	Implikasi Teoritis.....	70
4.7.2.	Implikasi Praktis	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	73
5.2.	Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Normal PP Plot.....	62
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Sepatu Bata Januari 2022 Juni 2022.....	4
Tabel 1.2 Data Promosi yang dilakukan Sepatu Bata diberbagai media 2023 ...	5
Tabel 1.3 Hasil Kuesioner Pra penelitian Promosi.....	5
Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Pra penelitian Kualitas Produk.....	6
Tabel 1.5 Data kekurangan dan kelebihan yang dimiliki sepatu bata, 2023.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	33
Tabel 3.2 Jumlah Pembeli.....	34
Tabel 3.3 Skala Likert	37
Tabel 3.4 Operasional Variabel	38
Tabel 3.5 Rentang Skala.....	41
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Sepatu Bata ...	54
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	55
Tabel 4.6 Rentang Skala.....	56
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Promosi.....	57
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.16 Hasil Uji t	67
Tabel 4.17 Hasil Uji f	68

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 slovin	34
Rumus 3.2 Rentang Skala	40
Rumus 3.3 Uji Validitas	41
Rumus 3.4 Uji Reliabilitas	42
Rumus 3.5 Uji Normalitas	43
Rumus 3.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
Rumus 3.7 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	46