

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, VARIASI PRODUK
DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI PT SAN TRACO ADIDAYA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Diksen
200910009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, VARIASI PRODUK
DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI PT SAN TRACO ADIDAYA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Diksen
200910009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Diksen
NPM : 200910009
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, VARIASI PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT SAN TRACO ADIDAYA BATAM

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, 13 Januari 2024



Diksen
200910009

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, VARIASI PRODUK
DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI PT SAN TRACO ADIDAYA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Diksen
200910009

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 13 Januari 2024



Dr. Nur Edli Husda, S.Kom., M.Si.
Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk, variasi produk, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di PT San Traco Adidaya. Dengan menggunakan sampel sebanyak 105 responden dan menerapkan teknik non probability sampling yaitu sampel jenuh. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan analisis data menggunakan uji kualitas data, seperti uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik termasuk uji normalitas, uji multikolinieritas, serta uji heteroskedastisitas. Uji pengaruh melibatkan analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinan, sementara uji hipotesis melibatkan uji t. Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan produk, variasi produk dan promosi penjualan secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT San Traco Adidaya

Kata Kunci: Pengetahuan Produk, Variasi Produk, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product knowledge, product variety, and sales promotion on purchasing decisions at PT San Traco Adidaya. By using a sample of 105 respondents and applying non-probability sampling techniques, namely saturated samples. Data collection was carried out through distributing questionnaires and data analysis using data quality tests, such as validity tests, reliability tests, and classical assumption tests including normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests. The effect test involves multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis, while the hypothesis test involves the t test. The results showed product knowledge, product variety and sales promotion partially on purchasing decisions at PT San Traco Adidaya.

Keywords: *Product Knowledge, Product Variations, Sales Promotion, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran 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 ini, 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 dan selaku pembimbing skripsi pada program studi manajemen Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan 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. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini turut dalam membantu memberikan masukan dan pengetahuan kepada penulis;
5. Seluruh responden yang telah bersedia dalam pengisian kuesioner
6. PT San Traco Adidaya yang telah bersedia memberikan izin untuk melakukan penelitian dan memberikan dukungan dalam penyelesaian penelitian ini;
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat serta doa untuk saya;
8. Seluruh teman dan sahabat seperjuangan Universitas Putera Batam yang selalu memberikan motivasi serta dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan melimpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Batam, 13 Januari 2024



Diksen



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	11
2.1.1.2 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.3 Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	12
2.1.1.4 Dimensi-Dimensi Keputusan Pembelian	14
2.1.1.5 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.1.2 Pengetahuan Produk.....	16
2.1.2.1 Pengertian Produk	16
2.1.2.2 Jenis-Jenis Produk.....	16
2.1.2.3 Pengertian Pengetahuan Konsumen	17

2.1.2.4 Jenis Pengetahuan Konsumen.....	17
2.1.2.5 Pengertian Pengetahuan Produk.....	18
2.1.2.6 Jenis Pengetahuan Produk	19
2.1.2.7 Tingkatan Pengetahuan Produk	20
2.1.2.8 Indikator Pengetahuan Produk.....	21
2.1.3 Variasi Produk.....	21
2.1.3.1 Pengertian Lini Produk.....	21
2.1.3.2 Pengertian Variasi Produk	22
2.1.3.3 Tujuan Variasi Produk.....	22
2.1.3.4 Tingkatan Variasi Produk	23
2.1.3.5 Indikator Variasi Produk	24
2.1.4 Promosi Penjualan.....	24
2.1.4.1 Pengertian Promosi	24
2.1.4.2 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	25
2.1.4.3 Pengertian Promosi Penjualan	26
2.1.4.4 Manfaat Promosi Penjualan	26
2.1.4.5 Pasar Sasaran Promosi Penjualan.....	27
2.1.4.6 Alat-Alat Promosi Penjualan	27
2.1.4.7 Dimensi-Dimensi Promosi Penjualan	30
2.1.4.8 Indikator Promosi Penjualan.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.3.1 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.2 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Sifat Penelitian.....	38
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	38
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	38
3.3.2 Periode Penelitian	39
3.4 Populasi dan Sampel	39
3.4.1 Populasi	39

3.4.2 Sampel	39
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	40
3.5 Sumber Data	40
3.6 Metode Pengumpulan Data	41
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	42
3.8 Metode Analisis Data	44
3.8.1 Analisis Deskriptif	44
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	44
3.8.2.1 Uji Validitas	44
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	46
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	46
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	47
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	47
3.8.4 Uji Pengaruh	48
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.8.4.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.9 Uji Hipotesis	50
3.9.1 Uji T (Regresi Parsial).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Sejarah Objek Penelitian	52
4.1.2 Logo Perusahaan	52
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Konsumen	53
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Lamanya Pembelian Produk	54
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Penggunaan Produk.....	55
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian Produk Perbulan	56
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	57
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan Produk (X1)	58
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Variasi Produk (X2).....	59
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi Penjualan (X3)	60
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
4.4 Analisis Data.....	62

4.4.1 Uji Kualitas Data.....	62
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas	62
4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas Data	65
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	66
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	66
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas	68
4.4.2.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	69
4.4.3 Uji Pengaruh	70
4.4.3.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70
4.4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.5 Uji Hipotesis	72
4.5.1 Hasil Uji Parsial (Uji T)	72
4.6 Pembahasan	74
4.6.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.6.2 Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	75
4.6.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	76
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	78
4.7.1 Implikasi Teoritis	78
4.7.2 Implikasi Praktis	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	
Lampiran I Pendukung Penelitian	
Lampiran II Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran III Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Hasil Survei Pengetahuan Produk <i>Blasting Helmet</i> Sebanyak 30 Konsumen.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1 Logo PT San Traco Adidaya	52
Gambar 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Konsumen.....	53
Gambar 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Lamanya Pembelian Produk.....	54
Gambar 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Penggunaan Produk	55
Gambar 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian Produk Perbulan.....	56
Gambar 4.6 Histogram Normalitas	66
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas (P-P plot).....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Variasi Produk <i>Blasting Helmet</i> PT San Traco Adidaya Dengan Pesaingnya.....	4
Tabel 1.2 Promosi Penjualan <i>Blasting Helmet</i> PT San Traco Adidaya Periode Januari 2023-Agustus 2023	5
Tabel 1.3 Data Omset Produk <i>Blasting Helmet</i> PT San Traco Adidaya Periode Januari 2023-Agustus 2023	6
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Periode Penelitian	39
Tabel 3.2 Skala Likert	42
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4.1 Kriteria Analisis Deskriptif	58
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan Produk (X1).....	58
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Variasi Produk (X2)	59
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi Penjualan (X3).....	60
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk (X1)	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk (X2).....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X3)	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji T	73

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Uji Validitas	45
Rumus 3.2 Uji Regresi Linear Berganda	49
Rumus 3.3 Uji T.....	50
Rumus 4.1 Rentang Skala	57
Rumus 4.2 R Tabel	62