

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI POINT COFFEE
INDOMARET KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Evlin Massi Gea

210910034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI POINT COFFEE
INDOMARET KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

Evlin Massi Gea

210910034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Evlin Massi Gea

NPM : 210910034

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI POINT COFFEE INDOMARET KOTA BATAM

Adalah hasil karya saya 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 orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan skripsi 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, 20 Januari 2025



Evlin Massi Gea

210910034

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI POINT COFFEE
INDOMARET KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh

Evlin Massi Gea

210910034

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

Batam, 20 Januari 2025



David Humala Sitorus, S.E., M.M.

Pembimbing



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas produk, Promosi dan Inovasi Produk mempengaruhi keputusan Pembelian Konsumen di Point Coffee Indomaret Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Model sampel purposive digunakan untuk menyebarkan kuesioner kepada 100 orang yang pernah membeli produk Point Coffee. Data diproses menggunakan program SPSS 30. Hasil uji Regresi menunjukkan bahwa kualitas produk sebagai X_1 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 34,9 Promosi sebagai X_2 memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian dengan nilai pengaruh sebesar 29,8% dan Inovasi Produk sebagai X_3 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan Pembelian dengan nilai pengaruh sebesar 43%. Selain itu, hasil uji Hipotesis menunjukkan bahwa Promosi, Inovasi, dan Kualitas Produk mempengaruhi keputusan pembelian secara individu dan bersamaan.

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

ABSTRACT

This study examines how consumer purchase decisions at Point Coffee Indomaret Batam are influenced by product quality, marketing, and innovation. This study employed a quantitative approach. Using the Purposive Sampling approach, 100 respondents who had bought Point Coffee products were given questionnaires. SPSS 30 software was used to process the data. Product Quality as X_1 had a significant impact on purchasing decisions with a value of 34.9%, Promotion as X_2 had a significant impact with a value of 29.8%, and Product Innovation as X_3 had a significant impact with a value of 43%, according to the regression test results. Additionally, the hypothesis test results demonstrated that, both separately and collectively, product quality, promotion, and innovation had a favorable impact on purchasing decisions.

Keywords: Purchasing Decision, Product Innovation, Product Quality, Promotion,

KATA PENGANTAR

Segala Puji, Hormat dan Kemulian kepada Tuhan Yesus Kristus. Bersyukur atas anugrah 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 kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., CPS. Selaku Dekan Universitas Putera Batam.
3. Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. David Humala Sitorus, S.E., M.M. Selaku Pembimbing Skripsi
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
6. Orang Tua dan keluarga yang Mendukung dan mendoakan.

Semoga Tuhan Yesus Kristus yang membalaskan setiap kebaikan dan Memberkati kita semua, Amin.

Batam, 20 Januari 2025



Evlin Massi Gea

210910034



DAFTAR ISI

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
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
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.....	9
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Kajian Teori.....	12
2.1.1. Kualitas Produk	12
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk.....	13
2.1.1.3 Indikator kualitas Produk	14
2.1.2 Promosi.....	15
2.1.3 Inovasi Produk.....	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis	28
BAB III	
METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Sifat Penelitian	30
3.3 Lokasi Penelitian	30

3.3.1	Lokasi Penelitian	30
3.3.2	Periode Penelitian.....	30
3.4	Populasi Dan Sampel.....	31
3.4.1	Populasi	31
3.4.2	Sampel	32
3.4.3	Teknik Sampling	33
3.5	Sumber Data	34
3.6	Metode Pengumpulan Data	34
3.7	Definisi Operasional Varibel Penelitian	34
3.7.1	Variabel Independent	35
3.7.2	Variabel dependent	36
3.8	Metode Analisis Data	36
3.8.1	Uji Statistik deskriptif	37
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	40
3.8.4	Uji Pengaruh.....	41
3.8.5	Uji Hipotesis.....	42

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Objek Penelitian	44
4.1.2 Logo Perusahaan	45
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	45
4.2.1 Karakteristik Usia Responden	45
4.2.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	46
4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan penghasilan	47
4.2.4 Karakteristik responden berdasarkan pembelian produk	48
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	49
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden X_1	49
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden X_2	50
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel X_3	51
4.3.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
4.4 Analisi Data	53
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data.....	53
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	58
4.4.3 Uji Pengaruh.....	63
4.4.4 Pengujian Hipotesi	64
4.5 Pembahasan	66
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian	66
4.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.5.3 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	67

4.6	Implikasi Hasil Penelitian	68
4.6.1	Implikasi Teoritis	68
4.6.2	Implikasi Praktis	68
BAB V		
SIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		80
Lampiran 1 Pendukung Penelitian		80
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup.....		96
Lampiran 3 Surat Keterangan Peneliti		98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengunjung	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	45
Gambar 4. 2 Diagram Histogram	58
Gambar 4. 3 Normal P-P Plot of Regression Standadized Residual	59
Gambar 4. 4 Scatterplot Uji Heteroskeda.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Bentuk Promosi	5
Tabel 1. 2 Inovasi Produk Point Coffee	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Periode Penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Angka Pemberian Skor.....	34
Tabel 3. 3 Devinisi Operasional Variabel Independent.....	35
Tabel 3. 4 Devinisi Operasional Variabel dependent.....	36
Tabel 3. 5 Rentang Skala	38
Tabel 4. 1 Rekapitan Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 2 Rekapitan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Reponden Berdasarkan Pembelian	48
Tabel 4. 5 Deskripsi jawaban Responden Variabel X ₁	49
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden X ₂	50
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel X ₃	51
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Y.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas X ₁	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas X ₂	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas X ₃	54
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel Y.....	55
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Variabel X ₁	56
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas Variabel X ₂	56
Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas Variabel X ₃	57
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas Variabel Y	57
Tabel 4. 17 Uji Kolmpgorov-Smirnov	60
Tabel 4. 18 Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Multikolinear	62
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Regresi Linear	63
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4. 22 Hasil Uji T	64
Tabel 4. 23 Hasil Uji F	65