

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PT NG TECH SUPPLIES DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Sandra Julita  
170610004**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PT NG TECH SUPPLIES DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Sandra Julita  
170610004**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sandra Julita  
NPM : 170610004  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program studi : Manajemen

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

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT NG TECH SUPPLIES DI KOTA 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, 25 Januari 2021



**Sandra Julita**  
170610004

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PT NG TECH SUPPLIES DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Sandra Julita  
170610004**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal  
seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 25 Januari 2021**

*Syaifullah*

**Syaifullah, S.E., M.M.  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis perdagangan menunjukkan semakin ketatnya persaingan yang ada di setiap perusahaan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan kualitas informasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam. Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner google form. Sampel yang diperoleh sebanyak 116 sampel dengan menggunakan simple random sampling. Penelitian ini dibantu dengan alat pengolah data yaitu SPSS versi 25. Hasil t penelitian ini menunjukkan nilai kualitas pelayanan sebesar  $3,212 > 1,981$  dan sig  $0,002 < 0,05$  artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai promosi sebesar  $1,364 < 1,981$  dan sig  $0,175 > 0,05$  artinya promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan nilai kualitas informasi sebesar  $4,714 > 1,981$  dan sig  $0,000 > 0,05$  artinya kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan. berpengaruh pada keputusan pembelian. Sedangkan hasil f menunjukkan nilai  $45,115 > 2,69$  yang berarti secara simultan kualitas pelayanan, promosi dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan; Promosi; Kualitas Informasi; dan Keputusan Pembelian

### **ABSTRACT**

*The development of the trading business world shows the increasingly intense competition that exists in each company. In this study, researchers conducted research on the effect of service quality ( $X_1$ ), promotion ( $X_2$ ) and information quality ( $X_3$ ) on purchase decisions ( $Y$ ) at PT Ng Tech Supplies in Batam City. The method that researchers use in this research is quantitative methods and data collection through the distribution of google form questionnaires. The sample obtained is 116 samples using simple random sampling. This study was assisted by data processing tools, namely SPSS version 25. The  $t$  results of this study show that service quality value is  $3,212 > 1,981$  and sig  $0,002 < 0,05$  means that service quality has a positive and significant effect on purchase decisions, promotion value is  $1,364 < 1,981$  and sig  $0,175 > 0,05$  means that promotion has a positive and insignificant effect on purchase decisions, and information quality value is  $4,714 > 1,981$  and sig  $0,000 > 0,05$  means that information quality has a positive and significant effect on purchase decisions. While the  $f$  result show the value is  $45,115 > 2.69$ , that means simultaneously result is service quality, promotion and information quality have a positive and significant effect on purchase decisions.*

**Keywords:** *Service Quality; Promotion; Information Quality; and Purchase Decisions*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program Studi Manajemen Perbankan Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa proposal 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;
2. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing;
5. Seluruh dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua orang tua yang tercinta yang telah memberi dukungan dan doa dalam setiap langkah penulis;
7. Kakak dan adik-adik yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam penulisan proposal ini;
8. Seluruh pihak PT Ng Tech Supplies atas izin dan kesempatan yang diberikan pada penelitian ini;
9. Seluruh teman-teman serta rekan-rekan yang telah memberikan pengaruh positif kepada peneliti dan seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan proposal ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas seluruh kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta Taufik-Nya, Amin.

Batam, 25 Januari 2021



Sandra Julita

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah .....	10
1.4. Rumusan Masalah.....	11
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.6.2. Manfaat Praktis.....	12
<b>BAB II</b> .....	<b>14</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1. Kajian Teoritis .....	14
2.1.1. Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.1.2. Karakteristik Kualitas Pelayanan .....	16
2.1.1.3. Faktor Penghambat Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.1.4. Indikator Kualitas Pelayanan .....	17
2.1.2. Promosi .....	17
2.1.2.1. Pengertian Promosi .....	17
2.1.2.2. Tujuan Promosi.....	18
2.1.2.3. Definisi Promosi .....	19
2.1.2.4. Indikator Promosi.....	19
2.1.3. Kualitas Informasi.....	20
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Informasi.....	20
2.1.3.2. Karakteristik Kualitas Informasi.....	21
2.1.3.3. Kriteria Kualitas Informasi .....	22
2.1.3.4. Indikator Kualitas Informasi .....	23



2.1.4.	Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.1.	Pengertian Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4.2.	Dimensi Keputusan Pembelian.....	24
2.1.4.3.	Tahap-Tahap Melakukan Keputusan Pembelian .....	25
2.1.4.4.	Indikator Keputusan Pembelian.....	26
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	26
2.3.	Kerangka Pemikiran .....	32
2.3.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.3.3.	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.3.4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4.	Hipotesis Penelitian .....	34
<b>BAB III.....</b>	<b>35</b>	
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>	
3.1.	Desain Penelitian .....	35
3.2.	Operasional Variabel .....	36
3.3.	Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1.	Populasi.....	37
3.3.2.	Sampel.....	38
3.4.	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.1.	Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	39
3.4.2.	Sumber Data.....	40
3.5.	Metode Analisa Data .....	40
3.5.1.	Statistik Deskriptif .....	40
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	41
3.5.2.1.	Uji Validitas Data .....	41
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas .....	42
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	43
3.5.3.2.	Uji Multikolinearitas .....	43
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.5.4.	Uji Pengaruh .....	44
3.5.4.1.	Regresi Linear Berganda.....	44
3.5.4.2.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45
3.5.5.	Uji Hipotesis .....	46
3.5.5.1.	Uji t (Regresi Parsial).....	46
3.5.5.2.	Uji F (Regresi Simultan).....	46
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	47
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	47
3.6.2.	Jadwal Penelitian .....	47

<b>BAB IV .....</b>	<b>49</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	49
4.1.1. Profil Responden.....	49
4.1.1.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.1.2. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.1.1.3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	51
4.1.1.4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.1.1.5. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	52
4.1.2. Analisis Deskriptif .....	53
4.1.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ).....	53
4.1.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Promosi ( $X_2$ ) .....	54
4.1.2.3. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Informasi ( $X_3$ ).....	55
4.1.2.4. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	56
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data .....	58
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas.....	58
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	59
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	60
4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas .....	60
4.1.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
4.1.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	63
4.1.5. Hasil Uji Pengaruh.....	64
4.1.5.1. Hasil Regresi Linear Berganda .....	64
4.1.6.1. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ).....	66
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis.....	67
4.1.6.1. Hasil Uji t.....	67
4.1.6.2. Hasil Uji F.....	68
4.2. Pembahasan .....	69
<b>BAB V .....</b>	<b>72</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>

## LAMPIRAN

**Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup**

**Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian**

**Lampiran 3. Pendukung Penelitian**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1.1</b> Grafik Data Pelanggan PT Ng Tech Supplies .....	3
<b>Gambar 1.2</b> Grafik Data Pendapatan PT Ng Tech Supplies.....	7
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	33
<b>Gambar 4.1</b> Hasil Histogram Uji Normalitas .....	61
<b>Gambar 4.2</b> Hasil P-P Plot Uji Normalitas.....	61

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Data Pelanggan PT Ng Tech Supplies .....	3
<b>Tabel 1.2</b> Data Kegiatan Promosi PT Ng Tech Supplies .....	5
<b>Tabel 1.3</b> Data Pendapatan PT Ng Tech Supplies.....	7
<b>Tabel 2.1</b> Tabel Penelitian Terdahulu .....	30
<b>Tabel 2.1</b> Tabel Penelitian Terdahulu (lanjutan).....	31
<b>Tabel 3.1</b> Operasional Variabel Penelitian.....	36
<b>Tabel 3.1</b> Operasional Variabel Penelitian (lanjutan) .....	37
<b>Tabel 3.2</b> Kriteria Rentang Skala Analisis Deskripsi.....	41
<b>Tabel 3.3</b> <i>Range</i> Validitas .....	42
<b>Tabel 3.4</b> Indeks Koefisien Reliabilitas.....	43
<b>Tabel 3.5</b> Jadwal Penelitian.....	48
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Berdasarkan Usia.....	50
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	51
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
<b>Tabel 4.5</b> Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	54
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Pernyataan Variabel Promosi ( $X_2$ ).....	55
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Informasi ( $X_3$ ) .....	56
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	57
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Validitas.....	58
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Validitas (lanjutan) .....	59
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	60
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	62
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Park Gleyser</i> .....	64
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	65
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ).....	66
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji t .....	67
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji F .....	68

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Rumus Slovin (Sanusi, 2017:101) .....	38
<b>Rumus 3.2</b> Regresi Linear Berganda (Wibowo, 2012) .....	45