

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
DAISY ORGANIC DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Devi Susanti  
170910045**

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

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
DAISY ORGANIC DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Devi Susanti  
170910045**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Devi Susanti  
NPM : 170910045  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

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

### **PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DAISY ORGANIC 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, 22 Januari 2021



**Devi Susanti**

170910045

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
DAISY ORGANIC DI KOTA BATAM**

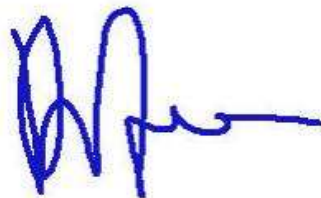
**SKRIPSI**

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

**Oleh:  
Devi Susanti  
170910045**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 22 Januari 2021**



**Daris Purba, S.E.I, M.S.I.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui antara Promosi dan Kualitas Produk yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian secara parsial (uji T) atau secara simultan (uji F) pada produk Daisy Organic. Dengan menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen yakni promosi sebagai variabel X1 Kualitas Produk sebagai variabel X2 dan satu variabel dependen yakni Keputusan Pembelian sebagai variabel Y. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sampel yang akan digunakan sebanyak 136 responden. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan program SPSS versi 25 untuk mengolah data. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R square adalah 0,717 atau 71,7%, dapat diketahui dari nilai Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sedangkan sisanya yaitu 28,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Berdasarkan hasil uji T promosi sebesar  $4,403 > 1,97796$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk memiliki nilai  $9,925 > 1,97796$  yang menandakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan uji F yang memiliki nilai sebesar  $168,152 > 3,06$  dan nilai signifikannya  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian; Kualitas Produk; Promosi.

### **ABSTRACT**

*The purposing of this research is to know between promotion and product quality can effect to purchase decision either partially (T test) or simultaneously (F test) of Daisy Organic. Using three variable which consisting two variable independent which promotion as X1 and product quality as X2 and variable dependent which purchase decision as variable Y. In this research, technique data collection done by distribution questionnaire to the sample to be used is as many as 136 respondents. The method used in this research is descriptive method with quantitative approach and using SPSS software version 25 for data analysis. From the result showed that value of R square is 0,717 or 71,7%, can be known from value the promotion and product quality affect to the purchase decision while 28,3% is the rest influenced by other variable that not included in this research model. Based on result of T test for promotion equal to  $4,403 > 1,97796$  and significant  $0.000 < 0.05$  which mean promotion (X1) have significant effect to purchase decision and product quality (X2) has value  $9,925 > 1,97796$  is the sign that product quality have significant effect to purchase decision. The result showed that promotion and product quality positive effect and significant of purchase decision with f test which have value equal  $168,152 > 3,06$  and significant value  $0.000 < 0,05$ .*

**Keyword:** *Purchase Decision, Promotion, Product Quality.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada 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 kesempurnaan. 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. 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 di 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. Bapak Daris Purba, S.E.I, M.S.I., selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si., selaku dosen metodologi penelitian yang telah mengarahkan penulis dengan baik;
6. Seluruh Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
7. Orang tua dan keluarga yang selalu berdoa dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu menyemangati hingga selesai penelitian skripsi ini.

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

Batam, 22 Januari 2021

Penulis





## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</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>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</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 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah .....	5
1.4. Rumusan Masalah.....	6
1.5. Tujuan Penelitian .....	6
1.6. Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1. Aspek Teoretis .....	7
1.6.2. Aspek Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1. Teori.....	8
2.1.1. Promosi .....	8
2.1.2. Kualitas Produk.....	12
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu .....	17
2.3. Kerangka Pemikiran.....	21

2.3.1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.3. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.4. Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1. Desain Penelitian .....	24
3.2. Operasional Variabel.....	24
3.2.1. Variabel Bebas .....	25
3.2.2. Variabel Terikat .....	26
3.3. Populasi dan Sampel .....	28
3.3.1. Populasi .....	28
3.3.2. Sampel.....	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1. Kuesioner .....	29
3.5. Metode Analisa Data.....	29
3.5.1. Analisa Deskriptif .....	29
3.5.2. Uji Kualitas Data.....	30
3.5.3. Uji Asumsi Klasik .....	33
3.5.4. Uji Pengaruh.....	35
3.5.5. Uji Hipotesis.....	37
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	39
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	39
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1. Profil Responden.....	41
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden .....	42
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	44

4.2. Hasil Penelitian .....	45
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	45
4.2.2. Uji Kualitas Data.....	48
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	51
4.2.4. Uji Pengaruh.....	54
4.2.5. Uji Hipotesis.....	57
4.3. Pembahasan.....	59
4.3.1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Daisy Organic .....	60
4.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Daisy Organic.....	61
4.3.3. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Daisy Organic .....	62
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1. Simpulan .....	64
5.2. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2. Hasil Kuesioner	
Lampiran 3. Pendukung Penelitian	
Lampiran 4. Profil Responden	
Lampiran 5. Tabulasi Data	
Lampiran 6. r Tabel	
Lampiran 7. t Tabel	
Lampiran 8. F Tabel	
Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 10. Surat Permohonan Izin Penelitian Putera Batam	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	22
<b>Gambar 4.1</b> Kurva Histogram .....	51
<b>Gambar 4.2</b> Normal P-Plot Regression Standardized .....	51
<b>Gambar 4.3</b> Scatterplots .....	54

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Perbandingan penjualan Produk Daisy Organic selama 6 bulan terakhir di Kota Batam.....	2
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	19
<b>Tabel 3.1</b> Definisi Operasional Variabel.....	27
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert pada Teknik Pengumpulan Data.....	29
<b>Tabel 3.3</b> Tingkat Validitas.....	32
<b>Tabel 3.4</b> Indeks Koefisien Reliabilitas.....	33
<b>Tabel 3.5</b> Jadwal Kegiatan Penelitian.....	40
<b>Tabel 4.1</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	42
<b>Tabel 4.3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
<b>Tabel 4.4</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Uji Frekuensi Responden Variabel Promosi.....	45
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Uji Frekuensi Responden Variabel Kualitas Produk.....	46
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji Frekuensi Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	47
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X1).....	48
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	49
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Reliabilitas.....	50
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	52
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji T (Parsial).....	57
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji F.....	58

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> <i>Pearson Product Moment</i> .....	31
<b>Rumus 3.2</b> <i>Alpa Cronbach</i> .....	32
<b>Rumus 3.3</b> Regresi Linear Berganda.....	36
<b>Rumus 3.4</b> Rumus Analisis Koefisien Determinasi .....	36