

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PROMOSI DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PT SERAYA MAKMUR PERDANA**

**SKRIPSI**



**Oleh  
Novry  
170910381**

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

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PROMOSI DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PT SERAYA MAKMUR PERDANA**

**SKRIPSI**

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



**Oleh  
Novry  
170910381**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Novry  
NPM : 170910381  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan Bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH KERAGAMAN PRODUK PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SERAYA MAKMUR PERDANA**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, Di dalam naska skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, Kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naska ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naska skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsure-unsur PLAGIASI, Saya bersedia naska skripsi ini digugurkan dan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan paraturan perundang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam 24 Januari 2021



170910381  
Novry

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK PROMOSI DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SERAYA  
MAKMUR PERDANA**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:  
Novry  
170910381**

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

**Batam, 24 Januari 2021**



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh keragaman produk, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Seraya Makmur Perdana. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan jumlah sampel 140 responden dan menggunakan fitur Full screen. Data penelitian yang digunakan adalah data statistik berupa tes garis perbandingan berganda. Hasil uji t menunjukkan nilai keragaman produk  $239 > 3,204$  dengan sig 0,002  $< 0,05$  artinya keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, nilai promosi  $0,249 > 3,066$  dengan sig 0,002  $< 0,05$  artinya Keputusan promosi dan harga mempunyai a pengaruh besar pembelian produk terhadap kualitas adalah  $0.266 > 3.175$  dengan sig 0.002  $< 0.05$  Artinya produk berkualitas tinggi berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil uji F menunjukkan nilai  $125.663 > 9.978$  dengan sig 0,000  $< 0,05$ , sehingga secara simultan variabel keragaman produk, promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

## **ABSTRACT**

*This research aims to examine and analyze the effect of product diversity, promotion and product quality on purchasing decisions at PT Seraya Makmur Perdana. The data was collected by distributing questionnaires with a sample size of 140 respondents and using a Full screen feature. The research data used is statistical data in the form of multiple comparison line tests. The t test results show the value of product diversity  $239 > 3.204$  with sig  $0.002 < 0.05$  means that product diversity has a significant effect on purchasing decisions, the promotional value of  $0.249 > 3.066$  with sig  $0.002 < 0.05$  means that promotion Decisions and prices have a major influence on purchases product quality is  $0.266 > 3.175$  with sig  $0.002 < 0.05$  This means that high-quality products have a negative impact on purchasing decisions. While the F test results show the value of  $125,663 > 9,978$  with sig  $0,000 < 0.05$ , so that simultaneously the variables of product diversity, promotion and product quality significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Product Diversity; Promotion; Product Quality; Purchasing Decisions*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas 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 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 Hendri Herman, S.E., M.Si. 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. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu dalam memberikan bimbingan dan petunjuk sampai selesainya skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan;
6. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, kasih sayang, nasehat dan dukungan penuh;
7. Seluruh pimpinan dan karyawan serta pelanggan PT Seraya Makmur Perdana yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Pada kenyataannya, walaupun telah berusaha dengan kesungguhan hati dan segenap kemampuan, namun masih banyak ditemukan kekurangan karena keterbatasan ilmu pengetahuan penulis, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai penyempurnaan proposal penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap agar proposal penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen dan khususnya bagi praktisi maupun masyarakat. Semoga Tuhan melimpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian proposal penelitian ini.

Batam, 24 Januari 2021

Novry

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPEL 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>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Peneliti.....	10
1.6. Manfaat Peneliti.....	10
1.6.1 Secara Teoritis .....	10
1.6.2 Secara Praktis .....	10
<b>BAB II TUJUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Kajian Teori .....	12
2.1.1 Keragaman produk .....	12
2.1.1.1 Pengertian keragaman produk .....	12
2.1.1.2 Dimensi keragaman .....	13
2.1.1.3 Indikator Keragaman .....	14
2.1.2 Promosi.....	14
2.1.2.1 Pengertian promosi .....	14
2.1.2.2 Tujuan Promosi.....	16
2.1.2.3 Promosi Penjualan .....	17
2.1.2.4 Indikator Promosi .....	17
2.1.3 Kualitas produk.....	17
2.1.3.1 Pengertian kualitas produk .....	17
2.1.3.2 Faktor- Faktor Kualitas Produk .....	19
2.1.3.3 Dimensi Kualitas .....	19
2.1.3.4 Indikator Kualitas Produk.....	20
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	21
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	21
2.1.4.2 Konsep Dasar Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	24



2.2	Peneliti Terdahulu.....	25
2.3	Kerangka pemikiran .....	29
2.3.1	Hubungan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.2	Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2.3.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4	Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>31</b>
3.1	Desain Penelitian .....	31
3.2	Operasional Variabel .....	31
3.2.1	Definisi Operasional Variabel .....	31
3.2.2	Variabel Penelitian .....	31
3.3	Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1	Populasi .....	33
3.3.2	Sampel .....	34
3.4	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	35
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4.2	Teknik Analisis Data .....	35
3.5	Metode Analisis Data .....	35
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	35
3.5.2	Uji Kualitas Data .....	36
3.5.2.1	Uji Validitas.....	36
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.5.3	Uji Asumsi Klasik .....	37
3.5.3.1	Uji Normalitas .....	38
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	38
3.5.4	Uji pengaruh .....	38
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	38
3.5.4.2	Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) dan Koefisien Korelasi Berganda ( $R$ ).....	39
3.5.5	Uji Hipotesis .....	39
3.5.5.1	Uji T (Uji Parsial) .....	39
3.5.5.2	Uji F (Uji Simultan .....	40
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	41
3.6.1	Lokasi Peneliti .....	41
3.6.2	Jadwal Penelitian .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1	Profil Responden .....	43
4.1.1.1	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	43
4.1.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.1.3	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan .....	45
4.1.1.4	Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan .....	45
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	46

4.1.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Keragaman produk (X1).....	46
4.1.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2) .....	47
4.1.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas produk (X3).....	49
4.1.2.4	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
4.1.3	Uji Kualitas Data .....	51
4.1.3.1	Uji Validitas.....	51
4.1.3.2	Uji Reliabilitas .....	55
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	56
4.1.4.1	Hasil Uji Normalitas .....	56
4.1.4.2	Uji Multikolinearitas.....	59
4.1.2.3	Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
4.1.2.4	Uji Kofisien Determinasi (R2) .....	61
4.1.5	Uji Hipotesis .....	62
4.1.5.1	Uji t.....	62
4.1.5.2	Uji Simultan (Uji F).....	63
4.2	Pembahasan .....	63
4.2.1	Pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian.....	63
4.2.2	Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian .....	64
4.2.3	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	65
4.2.4	Pengaruh keragaman produk, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	65
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>67</b>
5.1	Kesimpulan .....	67
5.2	Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>69</b>

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian