

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MOTOR KAWASAKI PRIMA
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Kurnia Sari
150910491**

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MOTOR KAWASAKI PRIMA
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Kurnia Sari
150910491**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Kurnia Sari
NPM : 150910491
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul :
**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOTOR KAWASAKI PRIMA 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 kutip didalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam “**Skripsi**” ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah “**Skripsi**” ini digugurkan dan gelar 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, 15 Januari 2021


Kurnia Sari
150910491

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MOTOR KAWASAKI PRIMA
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh

**Kurnia Sari
150910491**

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

Batam, 15 Januari 2021



**Dr. Jontro Simaniuntak, S.Pt., S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Perkembangan persaingan bisnis otomotif semakin kompetitif, hal ini menyebabkan banyaknya pengusaha-pengusaha membuka bisnis tersebut. Bisnis otomotif harus mengutamakan pemasaran agar bisa bersaing dengan dengan bisnis yang sejenis. Dikarenakan persaingan pasar semakin ketat, apalagi persaingan dari pasar modern yang sejenis, semakin membuat perusahaan diharuskan agar bertindak lebih cepat dalam untuk menarik hati konsumen. Maka dari itu perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran harus lebih cermat dalam memperhatikan perilaku konsumen dan apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor di Kawasaki Prima Batam. Desain penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif kausal. Hasil penelitian berdasarkan uji-t untuk kualitas layanan memiliki nilai $3,217 > 1,65622$ dan signifikansi $0,002 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, sedangkan uji t untuk promosi memiliki nilai $4,962 > 1,65622$ dan signifikan $.000 < 0,05$ yang berarti promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F sebesar $19.707 > 3.94$ dengan nilai signifikansi $.000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal yang belum dan sudah dilakukan pada pengembangan Kawasaki Prima Batam akan dibahas pada bagian akhir skripsi ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Promosi; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The development of the automotive business competition is increasingly competitive, this has caused many entrepreneurs to open the business. The automotive business must prioritize marketing in order to compete with similar businesses. Due to increasingly fierce market competition, especially competition from similar modern markets, increasingly making companies required to act faster in attracting consumers. Therefore companies that apply the concept of marketing must be more careful in paying attention to consumer behavior and anything that can influence consumers to make purchases. Therefore, researchers conducted research to determine the effect of service quality and promotion on motorcycle purchasing decisions at Kawasaki Prima Batam. This research design is a type of quantitative research using a causal associative approach. The results of the study based on t-test for service quality has a value of $3.217 > 1.65622$ and a significance of $0.002 < 0.05$ which means that the service quality variable has a positive and significant influence on the purchase decision variable, while the t-test for promotion has a value of $4.962 > 1.65622$ and significant $.000 < 0.05$ which means promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions. F test results of $19.707 > 3.94$ with a significance value of $.000 < 0.05$, it can be concluded that the quality of service and promotion together have a significant influence on purchasing decisions. Things that have not been done in the development of Kawasaki Prima Batam will be discussed at the end of this thesis.

Keywords: *Service Quality; Promotion; Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen di 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. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti., S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Sosial & Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
6. Manager dan Seluruh Staff Kawasaki Prima Batam yang sudah memberikan izin dan informasi kepada penulis dalam penulisan skripsi;
7. Orang tua dan seluruh keluarga yang sudah memberikan nasihat, doa, serta dukungan kepada penulis;
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

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

Batam, 15 Januari 2021



Kurnia Sari
150910491

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	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 Manfaat Teoritis	7
1.6.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Kualitas Pelayanan	8
2.1.2 Promosi.....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.3.1 Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2 Promosi terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Definisi Operasional Variabel	26
3.2.1 Variabel Independen (Variabel Bebas).....	27
3.2.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)	27
3.3 Populasi & Sampel.....	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel	29
3.4 Jenis Dan Sumber Data.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Instrumen Penelitian	30

3.7	Metode Analisis Data	32
3.7.1	Analisis Deskriptif	32
3.7.2	Uji Kualitas Data	33
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.4	Uji Pengaruh	37
3.7.5	Uji Hipotesis	38
3.8	Lokasi Penelitian	40
3.9	Jadwal Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Deskripsi Data	41
4.2	Karakteristik Responden.....	41
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia	42
4.2.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.3	Hasil Penelitian.....	43
4.3.1	Analisis Deskriptif	44
4.3.2	Hasil Uji Kualitas Data.....	44
4.3.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	51
4.3.4	Uji Pengaruh	55
4.3.5	Uji Hipotesis.....	57
4.4	Pembahasan	59
4.4.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Data Histogram	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data P-P Plot	52
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor di Kawasaki Prima Batam	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian	40
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	47
Tabel 4.5 Variabel Promosi (X_2)	48
Tabel 4.6 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Glejser	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
Tabel 4.14 Hasil Uji T	58
Tabel 4.15 Hasil Uji F	59

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Pearson Product Moment</i>	34
Rumus 3.2 <i>Cronbach's Alpha</i>	35
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda	37
Rumus 3.4 Rumus Koefisien Determinasi	38
Rumus 3.5 T Hitung	38
Rumus 3.6 F hitung	39