

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK S-PLUS KLASIK ABS DI BAZAR
BANGUNAN TAMBUN BEKASI**



SKRIPSI

Oleh :

Eko Djaelani

201410327015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk S-Plus Klasik ABS di Baza Bangunan Tambun Bekasi

Nama Mahasiswa : Eko Djaelani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410327015

Program Studi/Fakultas : Ekonomi/Manajemen

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 8 Februari 2019



Pembimbing I

Dr (C) Franciscus Dwikotjo Sri

Sumantyo, S.T., M.M

NIP 201403001

Pembimbing II

Hadita, S.Pd., M.M

NIP. 031606048

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk S-Plus Klasik ABS di Bazar Bangunan Tambun Bekasi

Nama Mahasiswa : Eko Djaelani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410327015

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 08 Februari 2019

Jakarta, 08 Februari 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIP : 031407021

Penguji I : Hadita, S.Pd., M.M.

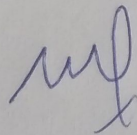
NIP : 031606048

Penguji II : Agus Dharmanto, S.E., M.M.

NIP : 0006054

MENGETAHUI,

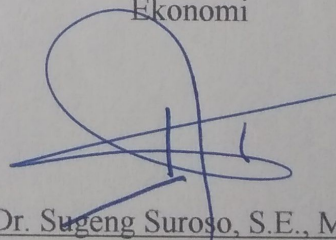
Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIP : 031407021

Dekan Fakultas
Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M.

NIP : 1706286

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis Menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan segera. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen. Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Sugeng Suroso, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Muhammad Fadhli Nursal, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. DR (C) Fransiscus Dwikoyjo.SS,ST,MM selaku Pembimbing Idan Hadita, S. Pd, M.M selaku Pembimbing II yang selalu memberikan dorongan kepada penulis.
5. Orang Tua dan Keluargayang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
6. Seluruh Dosen Pengajar dan Pegawai Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah membantu penulis mendapatkan informasi dan urusan kampus, dan teman-teman kelas 8C.

Bekasi, 8 Februari 2019

Eko Djaelani

ABSTRAK

Eko Djaelani.201410327015. Analisis Pengaruh Kualitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk S-Plus Klasik ABS di Bazar Bangunan Tambun Bekasi.

Kualitas produk dan promosi berkaitan langsung dengan Keputusan Pembelian. Kualitas Produk dan promosi yang dirasakan oleh konsumen dapat menurunkan ataupun meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan promosi terhadap keputusan pembelian. Data yang diperoleh adalah data primer yang merupakan hasil jawaban responden terhadap kuesioner yang disebarkan sebanyak 80 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji heterokedasititas. Berdasarkan uji instrument, indikator – indikator bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik, tidak ada gejala multikolonieritas, tidak terjadi heterokedasititas, dan data berdistribusi secara normal. Hasil regresi menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil uji F (simultan) dengan menggunakan SPSS versi 17 dimana nilai F hitung $21.929 > F$ tabel 2.00 dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini secara bersama – sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Kota Bekasi Utara baik secara persial maupun secara simultan.

Kata kunci: Kualitas produk, Promosi, Keputusan Pembelian

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk S-Plus Klasik ABS di Bazar Bangunan Tambun*.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam atau digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 8 Februari 2019

Yang membuat pernyataan,



Eko Djaelani

201410327015

ABSTRACT

Eko Djaelani.201410327015. *Analysis of the Effect of Quality and Promotion on Purchasing Decisions on Classic ABS S-Plus Products at Bekasi Tambun Building Bazaar.*

Product quality and promotion are directly related to the Purchase Decision. Product quality and promotion perceived by consumers can reduce or increase sales. This study aims to determine the effect of quality and promotion on purchasing decisions. The data obtained are primary data which is the result of respondents' answers to the questionnaire distributed by 80 respondents using the purposive sampling method. The analytical method used includes the validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test. Based on the instrument test, the indicators are valid and realistic. In the classic assumption test, there are no symptoms of multicollinearity, there is no heteroscedasticity, and the data are normally distributed. The regression results show that product quality and promotion have a positive effect on consumer purchasing decisions. It can be seen in the results of the F (simultaneous) test using SPSS version 17 where the value of F count is $21.929 > F$ table 2.00 with a significant value smaller than 0.05, it can be concluded that the independent variables are simultaneously towards the dependent variable, namely the purchasing decision at the Faculty of Economics, Bhayangkara University, Greater Jakarta, North Bekasi City, both in real time and simultaneously.

Keywords: Product quality, promotion, purchasing decision

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1 Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Pembelian.....	13
2.2 Pengertian Promosi.....	15
2.3 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.3.1 Tingkatan Kualitas Produk.....	15
2.3.2 Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.3.3 Dimensi-Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
2.5 Kerangka Pemikiran.....	21
2.6 Hipotesis Penelitian.....	22

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	23
3.2	Tahap Penelitian.....	23
3.3	Model Konseptual.....	24
3.4	Operasional Variable.....	25
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.6	Populasi dan Sampel	
3.6.1	Populasi.....	27
3.6.2	Sampel.....	28
3.7	Metode Analisis Data	
3.7.1	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7.1.1	Uji Validitas.....	29
3.7.1.2	Uji Reliabilitas.....	29
3.7.2	Metode Pengujian Data.....	30
3.7.2.1	Analisis Staistik Deskriptif.....	30
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.3.1	Uji Normalitas.....	31
3.7.3.2	Uji Liniearitas.....	32
3.7.3.3	Uji Multikolineritas.....	32
3.7.3.4	Autokorelasi.....	32
3.7.3.5	Uji Heteroskedastisitas.....	33
3.7.4	Analisis Berganda.....	34
3.7.5	Uji Hipotesis.....	34
3.7.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35
3.7.5.2	Uji t (Parsial).....	35
3.7.5.3	Uji F (Uji Signifikan Simultan).....	36
3.7.7	Uji Asumsi Dasar.....	29
3.7.7.1	Uji Normalitas.....	29

3.7.7.2 Uji Linearitas.....	29
3.7.8 Uji Asumsi Klasik Regresi.....	30
3.7.8.1 Uji Multikolinearitas.....	30
3.7.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.8 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian.....	31

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan.....	32
4.2 Deskripsi Data.....	32
4.2.1 Penyebaran Kuesioner.....	33
4.2.2 Identitas Responden.....	33
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	35
4.3 Uji Kuesioner	
4.3.1 Uji Validitas.....	36
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	38
4.4 Analisis Deskriptif Variabel.....	39
4.5 Uji Asumsi Klasik	
4.5.1 Uji Normalitas.....	40
4.5.2 Uji Linieritas.....	43
4.5.3 Uji Multikolinieritas.....	44
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	45
4.5.5 Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.6 Analisis Regresi Sederhana.....	46
4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk.....	47
4.6.2 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Promosi.....	47
4.7 Analisis Regresi Berganda.....	48

4.8	Hasil Uji Hipotesis	
4.8.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.8.2	Uji Parsial Variabel Bebas.....	50
4.8.3	Uji Secara Simultan.....	51
4.9	Pembahasan.....	52
BAB 5	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran.....	55
5.3	Implikasi Manajerial.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....		62
LAMPIRAN.....		63



DAFTAR TABEL

NomorTabel	Judul	Halaman
1.1	Top Rank Penjualan Bazar Bangunan Tambun Kategori pintu	3
1.2	Data Penjualan Pintu Tipe S-Plus Klasik ABS	4
2.1	Penelitian Terdahulu	19
3.1	Oprasional Variable	26
3.2	Metode Skala dan Pengukuran Penelitian	27
3.3	Keputusan Autokorelasi	34
4.1	Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	38
4.2	Responden Berdasarkan Usia	39
4.3	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
4.4	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	42
4.5	Hasil Uji Validitas Promosi (X2)	43
4.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	44
4.7	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)	45
4.8	Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X2)	45
4.9	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	46
4.10	Hasil Uji Stasistik Deskripsi	46
4.11	Hasil Uji Normalitas	50
4.12	Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	51
4.13	Hasil Uji Linearitas Variabel Promosi dengan Keputusan Pembelian	52
4.14	Hasil Analisis Multikolinearitas	53
4.15	Hasil Uji Autokorelasi	54
4.16	Hasil Analisis Regresi Berganda	56
4.17	Hasil Analisis Uji R ²	57
4.18	Hasil Uji T	58
4.19	Hasil Uji Simultan	59

DAFTAR GAMBAR

NomorGambar	Judul	Halaman
2.1	Lima Tahap Model Proses Pengambilan Keputusan	12
2.2	Kerangka Konseptual	21
3.1	Model Konseptual Penelitian	25
4.1	Diagram Responden Berdasarkan Usia	39
4.2	Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan	40
4.3	P-P Plot Normalitas	49
4.4	Hasil Analisis Heteroskedastisitas	55



DAFTAR LAMPIRAN

NomorLampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	61
2	Data Validitas Kualkitas Produk	65
3	Data Validitas Promosi	66
4	Data Validitas Keputusan Pembelian	67
5	Data Mentah Kuesioner	68
6	Output SPSS	74

