

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI ASTRA MOTOR CENTER JAKARTA  
PADA GENERASI Z**

**SKRIPSI**

**Oleh :  
Fathimah Abidah  
201710325121**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Astra Motor Center Jakarta pada Generasi Z  
Nama Mahasiswa : Fathimah Abidah  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325121  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Januari 2021

Jakarta, 09 Februari 2021

MENYETUJUI,  
Pembimbing I,



Hadita, S.Pd., M.M

NIDN. 0329048302

JAKARTA RAYA

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Astra Motor Center Jakarta pada Generasi Z  
Nama Mahasiswa : Fathimah Abidah  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325121  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Januari 2021

Jakarta, 29 Januari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA  
NIDN 0309048102

Penguji I : Widi Winarso, S.E., M.M  
NIDN 0319067606

Penguji II : Hadita, S.Pd., M.M  
NIDN 0329048302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M  
NIDN : 0325057908

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP  
NIDN : 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fathimah Abidah

NPM : 201710325121

Tempat Tanggal Lahir. : Palembang 23 Oktober 1999

Alamat : Kemang Pratama 3 blok H 2 No 3 Bekasi Barat

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Astra Motor Center Jakarta pada Generasi Z" 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 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.

Jakarta, 9 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Fathimah Abidah

201710325121

## ABSTRAK

**Fathimah Abidah 201710325121.** Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di Astra Motor Center Jakarta Pada Generasi Z

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan secara parsial dan simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Astra Motor Center Jakarta pada Generasi Z. Metode penelitian ini menggunakan Pendekatan Deskriptif kuantitatif. Pengumpulan yang dilakukan dengan cara membagikan kuesioner melalui google form, Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, Regresi Linear berganda, Uji T dan Uji F untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 26, jumlah sampel yang didapat dengan menggunakan metode teknik sampling Insidental dengan jumlah sampel 182 responden. Hasil Secara parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar  $5,538 > 1,65341$  (t tabel) dan secara parsial hasil variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar  $5,908 > 1,65341$  (t tabel), sedangkan berdasarkan hasil uji simultan yang didapatkan dari penelitian ini pada variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan Bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar  $172.537 > 3,05$  (F tabel) di Astra Motor Center Jakarta pada Generasi Z.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian



## ABSTRACT

**Fathimah Abidah 201710325121.** Effect of Product Quality and Service Quality on purchasing decisions at Astra Motor Center Jakarta on Generation Z

This research aims to find out if there is a partial and simultaneous cynical influence between product quality and service quality on purchasing decisions at Astra Motor Center Jakarta in Generation Z, This research method uses quantitative Descriptive Approach, Collection conducted by distributing questionnaires through google form, Data analysis techniques using classic assumption test, multiple linear regression, T test and F test to test and prove the hypothesis of this research using SPSS application version 26 , the number of samples obtained using incidental sampling techniques with the number of samples of 182 respondents. Partial results of product quality variables had a significant effect on purchase decisions of  $5.538 > 1.65341$  (t table) and partially the result of service quality variables had a significant influence on purchase decisions of  $5.908 > 1.65341$  (t table), while based on simultaneous test results obtained from this study on product quality variables and service quality Together have a significant influence on purchasing decisions of  $172,537 > 3.05$  (F table) at Astra Motor Center Jakarta on Generation Z.

Keywords: product quality, service quality, purchasing decision

## KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Segala Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini, guna memenuhi salah satu syarat untuk lulus menyanggah gelar S1. Selain itu, penulis menyadari bahwa penulisan ini juga banyak pihak yang dengan kerelaan hati untuk mendukung dan mendoakan agar dapat terselesaikan sesuai yang ditentukan, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak Dr. Irjen (P) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP selaku Kepala Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Raden Achmad Harianto, M.M selaku Dosen Perwalian Akademik kami di kelas 7 A3 atas support serta dukungannya.
5. Ibu Hadita, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing yang terus memberikan nasihat, serta semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar yang telah memberi ilmu yang begitu berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
7. Kedua orang tua saya Ayahanda yaitu Husin Rodhy dan Ibunda Syifa Abu Bakar yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya dalam proses Skripsi ini
8. Saudara saya kakak yaitu Maryam Haninah, Muahammad Fakhri, kembaran saya Khadijah Syakirah, dan adik saya Rufaidah Amirah dan Huwaidah Fakhirah yang selalu mendukung dan menyemangati saya dalam proses skripsi ini
9. Keluarga besar Bin Shahab yang senantiasa mendukung dan mnyemangati saya dalam proses skripsi ini

10. Keluarga besar Bin Assegaf yang senantiasa mendukung dan menyemangati saya dalam proses skripsi ini
11. Teman saya Monica Valentina, Fitri Aziziah, Ratna Wulandari yang telah membantu dan menyemangati dalam proses pengerjaan skripsi ini
12. Seluruh teman dan kaka tingkat yang telah berbagi pengalamannya mengenai skripsi.
13. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bekasi, 9 Januari 2021

Penulis

Fathimah Abidah



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>II</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>III</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XVI</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    LATAR BELAKANG .....	1
1.2    RUMUSAN MASALAH .....	6
1.3    TUJUAN PENELITIAN .....	7
1.4    MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.5    BATASAN MASALAH.....	7
1.6    SISTEMATIKA PENULISAN .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 PEMASARAN .....	9
2.1.1 Konsep Bauran Pemasaran.....	9
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	11
2.2 KUALITAS PRODUK .....	11
2.2.1 Dimensi Kualitas Produk .....	12
2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	13
2.3 KUALITAS PELAYANAN.....	14
2.3.1 Faktor – Faktor Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan.....	15
2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	15

2.4 KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	16
2.4.1 Proses Keputusan Pembelian .....	16
2.4.2 Dimensi keputusan Pembelian .....	18
2.5 GENERASI X, Y DAN Z .....	19
2.6 PENELITIAN TERDAHULU .....	20
2.7 KERANGKA PEMIKIRAN .....	40
2.8 HIPOTESIS PENELITIAN .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 DESAIN PENELITIAN .....	42
3.2 TAHAPAN PENELITIAN .....	42
3.3 MODEL KONSEPTUAL PENELITIAN .....	43
3.4 OPRASIONAL VARIABEL .....	43
3.5 WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN .....	44
3.5.1 waktu penelitian .....	44
3.5.2 Tempat Penelitian .....	44
3.6 METODE PENGAMBILAN POPULASI DAN SAMPEL .....	44
3.6.1 PENGERTIAN POPULASI DAN SAMPEL .....	44
3.6.2 METODE PENGAMBILAN SAMPLE .....	45
3.7 TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	45
3.8 METODE ANALISIS DATA .....	46
3.8.1 Uji Validitas .....	46
3.8.2 Uji Realibilitas .....	46
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	47
3.8.3.1 Uji Normalitas .....	47
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas .....	47
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	48
3.8.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
3.8.5 Uji Hipotesis .....	48
3.8.5.1 Uji Parsial .....	48
3.8.5.2 Uji Simultan ( f ) .....	49

3.8.6 Uji Determinasi R2 .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	51
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	51
4.1.2 Visi – Misi Astra Center Motor Jakarta .....	52
4.2 PELAKSANAAN PENELITIAN / HASIL PENELITIAN .....	52
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan kuesioner .....	52
4.2.2 karakteristik responden .....	53
4.2.2.1 Berdasarkan jenis kelamin .....	53
4.2.2.2 Berdasarkan Usia .....	53
4.3 UJI ANALISIS DATA.....	55
4.3.1 Uji Validitas .....	55
TABEL 4.5 HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PRODUK (X1) .....	55
TABEL 4.7 HASIL UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y) .....	56
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	57
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	58
4.3.3.2 Uji Multikoloniaritas.....	60
4.3.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.3.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	61
4.3.5 Uji Hipotesis .....	62
4.3.5.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62
4.3.5.2 Uji Parsial (Uji T).....	63
4.3.5.2 Uji Simultan (Uji F) .....	64
4.3.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	65
4.3.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.3.6.3 Pengaruh Kualitas Produk dan kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
5.1 KESIMPULAN .....	68

5.2 IMPLIKASI MANAJERIAL.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Halaman

1.1	Data Penjualan Astra Motor Center Jakarta 2018-2019.....	4
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	21
4.1	Hasil Penyebaran Kuesioner.....	53
4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	54
4.4	Karakteristi Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	55
4.5	Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	56
4.6	Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	57
4.7	Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.8	Uji Reliabilitas.....	58
4.9	Uji Normalitas.....	59
4.10	Uji Multikolinearitas.....	61
4.11	Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.12	Uji Koefisiensi Determinasi R <sup>2</sup> .....	70
4.13	Uji Parsial (t).....	64



4.14 Uji Simultan (Uji F).....65



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

1.1	Data Penjualan Astra Motor Center Jakarta 2019.....	5
2.1	Kerangka Pemikiran.....	40
3.1	Model Konseptual.....	43
4.1	Uji Normalitas.....	59
4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Izin Penelitian
2. Uji Referensi
3. Data Kuesioner
4. Pernyataan Kuesioner
5. Hasil Uji Analisis Data
6. Tabel Distribusi R
7. Tabel Distribusi T
8. Tabel Distribusi F
9. Hasil Uji Plagiat
10. Daftar Riwayat Hidup