

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PELAYANAN
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MERK BATA(STUDI
KASUS KONSUMEN BATA MEDAN FAIR)**

SKRIPSI

Oleh:

**IRMA SURYATI MANIK
NIM : 147111076**



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2019**

**THE EFFECT OR SALES PROMOTION, QUALITY OF SERVICE AND
PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION OF BATA BRAND
PRODUCTS(CATA CONSUMER CASE
STUDY MEDAN FAIR)**

FINAL RESEARCH

By:

**IRMA SURYATI MANIK
Student Number: 147111076**



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2019**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PELAYANAN
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MERK BATA (STUDI
KASUS KONSUMEN BATA MEDAN FAIR)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

**IRMA SURYATI MANIK
147111076**

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



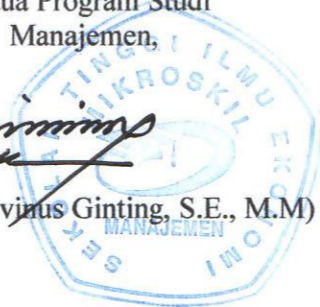
(Ir.Mbayak Ginting S.Kom, M.M)

Medan, 02 Agustus 2019
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi
Manajemen,



(Sugianta Ovjirus Ginting, S.E., M.M)



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas Mahasiswa sebagai berikut:

Nama : IRMA SURYATI MANIK

NIM : 147111076

Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Bata Medan Fair.

Tempat Penelitian : Toko Bata Medan Fair

Alamat Tempat Penelitian : Plaza Medan Fair Lt.2

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE-Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 02 Agustus 2019

Saya yang membuat per 1,



(Irma Suryati Manik)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk merek Bata Medan Fair. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, dilakukan dengan metode kusioner terhadap 96 sampel yaitu beberapa dari populasi pelanggan toko Bata Medan Fair. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Regresi Linier Berganda. Pengujian secara parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya hasil uji secara simultan (Uji F) yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Adjusted R square* sebesar 0,332 atau 33,2 %. Hal ini berarti 33,2 % Keputusan pembelian dipengaruhi oleh ketiga variabel bebas, sedangkan sisanya yaitu 66,8 % Keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Keputusan Pembelian.*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Sales Promotion, Service Quality and Product Quality on purchasing Decision on Bata Medan Fair brand products. This study uses a nonprobability sampling technique, carried out by questionnaire method on 96 samples, namely several customer populations of the Bata Medan Fair store. The data analysis method used in this study is the method of Multiple Linear Regression Analysis. Partial Testing (t test) shows that the variable Sales Promotion, Service Quality, and Product Quality have a significant influence on the Purchase Decision. Furthermore, the results of simultaneous test (Test f) conducted indicate that the variable Sales promotion, Service Quality and Product Quality have a significant influence on the Purchase Decision. Adjusted R square of 0,332 or 33,2 %. This means that 33,2% of purchasing decision are influenced by three independent variables, while the rest are 66,8%. Purchasing decision are influenced by other variables not examined in this study.

Key Words: Sales Promotion, Service Quality, Product Quality, Purchasing Decision.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugrah-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Merek Bata” ini dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, arahan, semangat, dan motivasi dari berbagai pihak sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Ir.Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku dosen pembimbing I dan ketua STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan waktu dan bimbingannya yang berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si., selaku pendamping dosen yang telah memberikan waktu dan bimbingannya yang berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis di STIE Mikroskil medan.
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., Selaku Wakil ketua II STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Saliman, S.T., Selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
7. Ibu Maggee Senata, S.E., M.Si., selaku sekretaris Jurusan Manajemen Bisnis.
8. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali Manajemen Bisnis Kelas Pagi.
9. Bapak dan Ibu Dosen di STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan bimbingan yang berharga selama masa perkuliahan
10. Pimpinan toko Bata Medan Fair yang telah memberikan saya izin dan mengambil data yang dibutuhkan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini.
11. Yang teristimewa orang tua saya Ibu Meida Simbolon yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayangnya selama ini serta kakak dan adikku yang selalu memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan Dameria Zai, Aulia Junani, Memori Sihombing, Risda Simbolon.

13. Seluruh pelanggan atau responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kusioner yang penulis bagikan, terimakasih atas kerjasamanya.
14. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.



Medan, 02 Agustus 2019

Penulis,

(Irma Suryati Manik)

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Ruang Lingkup	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Originalitas	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1.2. Fungsi Pemasaran.....	7
2.1.2. Keputusan Pembelian	9
2.1.2.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2.2. Faktor utama yang menentukan keputusan pembelian.....	9
2.1.2.3. Jenis-jenis perilaku keputusan pembelian konsumen.....	11
2.1.2.4. Struktur keputusan pembelian konsumen.....	11
2.1.2.5. Proses Keputusan Pembelian.....	12
2.1.2.6. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen	13
2.1.3. Promosi Penjualan	13
2.1.3.1. Tujuan Promosi Penjualan.....	14
2.1.3.2. Karakteristik Promosi Penjualan	15

2.1.3.3. Alat Promosi Penjualan	15
2.1.3.4. Kelebihan dan kekurangan Promosi Penjualan	16
2.1.3.5. Indikator Promosi Penjualan	17
2.1.4. Kualitas Pelayanan	17
2.1.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.1.4.2. Unsur-unsur Kualitas Pelayanan	18
2.1.4.3. Strategi Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.4.4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.4.5. Indikator Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.5. Kualitas Produk	22
2.1.5.1 Defenisi Produk.....	22
2.1.5.2 Defenisi Kualitas produk.....	22
2.1.5.3 Pendekatan Kualitas Produk.....	23
2.1.5.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk	24
2.1.5.5 Indikator Kualitas Produk	24
2.2. Review PenelitianTerdahulu.....	25
2.3. Kerangka Konseptual	29
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1. Jenis Penelitian	33
3.2. Objek Penelitian	33
3.3. Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1. Populasi	33
3.3.2. Sampel.....	34
3.4. Metode Pengumpulan Data	34
3.4.1. Data Primer.....	35
3.4.2. Data Sekunder	36
3.5. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel	36
3.6. Metode Analisis Data	39
3.6.1. Statistik Deskriptif.....	39
3.6.2. Pengujian Kualitas Data	39

3.6.2.1. Uji Validitas	39
3.6.2.2. Uji Realiabilitas	39
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik	40
3.6.3.1. Uji Multikolinieritas	40
3.6.3.2. Uji Normalitas	40
3.6.3.3. Uji Heterokedastisitas.....	41
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.6.5. Uji Hipotesis.....	42
3.6.5.1. Pengujian Secara Parsial (Uji T)	42
3.6.5.2. Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	43
3.6.5.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Hasil Penelitian.....	44
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1.1. Profil Perusahaan.....	44
4.1.1.2. Visi dan Misi Organisasi	44
4.1.1.3. Struktur Organisasi.....	45
4.1.1.4. Deskripsi Pekerjaan.....	46
4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	46
4.1.3. Gambaran Umum Responden (Demografi).....	47
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif	49
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data.....	53
4.1.5.1. Uji Validitas	53
4.1.5.2. Uji Reliabilitas.....	56
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	59
4.1.6.1. Uji Multikolinieritas	59
4.1.6.2. Uji Normalitas	57
4.1.6.3. Uji Heterokedastisitas.....	63
4.1.7. Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis	66
4.1.8.1. Pengujian Secara Parsial (Uji T)	66

4.1.8.2. Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	67
4.1.8.3. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	68
4.2. Pembahasan	69
4.2.1. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	69
4.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	70
4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	71
4.2.4. Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	112

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert	35
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	37
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	49
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan.....	50
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	51
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan pembelian.....	53
Tabel 4.10 Hasil Validitas	55
Tabel 4.11 Hasil Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan.....	57
Tabel 4.12 Hasil Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 4.13 Hasil Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.14 Hasil Reliabilitas Variabel Keputusan pembelian.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Glejser	64
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji T)	66
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F).....	68
Tabel 4.21 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1.Struktur Organisasi	45
Gambar 4.2.Grafik Histogram Uji Normalitas	60
Gambar 4.3.Normal P-P Plot Uji Normalitas	61
Gambar 4.4.Hasil Uji Normalitas Scatterplot.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden	85
Lampiran 3 Hasil Output SPSS Statistik Deskriptif.....	97
Lampiran 4 hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas.....	99
Lampiran 5 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik	102
Lampiran 6 Hasil Output Analisis Linier Berganda.....	105
Lampiran 7 Hasil Output Uji Hipotesis.....	106
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	107



UNIVERSITAS
MIKROSKIL