

Judul Penelitian : **Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Di Kayu Cilik Kediri**

Dosen Pembimbing : Umi Nadhiroh, S.E., M.M

Angga Permana M, S.E., M.M

Nama Mahasiswa : Ricko Johan Andrean

NPM : 19130210275

Abstraksi

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada kayu cilik kediri. Populasi dan sampel yang diambil adalah konsumen atau pelanggan yang pernah melakukan pembelian di kayu cilik kediri.

Teknik analisa yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinan (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal itu dapat dilihat dari hasil uji t, nilai t kualitas produk sebesar $0,000 < 0,05$. Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t promosi sebesar $0,039 < 0,05$. Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t kualitas pelayanan sebesar $0,623 > 0,05$. Secara simultan kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal itu dapat dilihat dari hasil uji F, nilai F kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$.

Nilai koefisien determinan (R^2) adalah sebesar 0,797. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel bebas (kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan) dapat menjelaskan variabel terikat (keputusan pembelian) sebesar 79,7%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan, Keputusan pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Operasional	8
1.5.2 Manfaat Akademik.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Lanjutan Tabel 2.1.....	11
Lanjutan Tabel 2.1.....	15
Lanjutan Tabel 2.1.....	16
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka.....	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.2 Pengertian Pemasaran	17
2.2.3 Kualitas Produk.....	19
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	19

2.2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.2.3.3 Indikator Kualitas Produk	21
2.2.4 Promosi.....	22
2.2.4.1 Pengertian Promosi.....	22
2.2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	23
2.2.4.3 Indikator Promosi	24
2.2.5 Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	25
2.2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.5.3 Indikator Kualitas Pelayanan	26
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	27
2.2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	27
2.2.6.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
2.2.6.3 Indikator Keputusan Pembelian	29
2.3 Teori Hubungan Antara Variabel	29
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.4 Pengaruh Kualitas produk, promosi, kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.4 Kerangka Teoritik.....	31
2.5 Hipotesis	33
2.5.1 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kayu Cilik.....	33
2.5.2 Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kayu Cilik.....	33
2.5.3 Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kayu Cilik	34
2.5.4 Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kayu Cilik	35
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Ruang lingkup Penelitian.....	35
3.2 Jenis Penelitian	35
3.3 Lokasi Penelitian	36

3.4 Populasi Dan Sampel.....	37
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.6 Penentuan Jumlah Sampel	38
3.7 Data Dan Teknik Pengumpulannya.....	38
3.7.1 Data Dan Sumber Data.....	39
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data	39
3.8 Identifikasi Variabel	41
3.9 Definisi Operasional Variabel.....	42
Lanjutan Tabel 3.1.....	43
3.10 Teknik Analisis.....	44
3.10.1 Uji Kualitas Data.....	45
3.10.1.2 Uji Validitas	45
3.10.1.3 Uji Reabilitas	45
3.10.2 Uji Asumsi Klasik	46
3.10.2.1 Uji Normalitas	46
3.10.2.2 Uji Multikolinearitas.....	46
3.10.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.10.3 Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.10.4 Uji Hopotesis	48
3.10.4.1 Uji t (Uji Parsial)	49
3.10.4.2 Uji F (Uji Simultan).....	49
3.10.5 Koefisien Determinan (R ²).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Sejarah Perusahaan	51
4.1.2 Visi Perusahaan.....	52
4.1.3 Misi Perusahaan	52
4.1.4 Struktur Organisasi	52
4.1.5 Tugas Dan Tanggung Jawab.....	53
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.2.1 Gambaran Umum Responden.....	55

4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	58
4.2.3 Uji Kualitas Data.....	75
4.2.3.1 Uji Validitas	75
4.2.3.2 Uji Reabilitas	77
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	78
4.2.4.1 Uji Normalitas	78
4.2.4.2 Uji Multikolinearitas.....	79
4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	81
4.2.6 Uji Hipotesis	83
4.2.6.1 Uji t (Uji Parsial)	83
4.2.6.2 Uji F (Uji Simultan)	84
4.2.5 Koefisien Determinan (R^2)	85
4.3 Interpretasi Data Penelitian	85
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kayu CilikKediri.....	88
4.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kayu Cilik Kediri.....	89
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kayu Cilik kediri.....	89
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan TerhadapKeputusan Pembelian Di Kayu Cilik Kediri	90
BAB V PENUTUP.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	97