

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK
VIT PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

RIZAL RIFALDI

8135145161



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

***THE RELATIONSHIPS BETWEEN PRODUCT QUALITY AND
PROMOTION WITH THE PURCHASE DECISION OF
MINERAL WATER OF VIT BRAND ON FACULTY OF
ECONOMICS STUDENTS OF JAKARTA STATE UNIVERSITY***

RIZAL RIFALDI

8135145161



*Building
Future
Leaders*

*Thesis is Organized As One of The Requitments for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2018***

ABSTRAK

RIZAL RIFALDI. Hubungan antara kualitas produk dan promosi dengan keputusan pembelian air mineral merek Vit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2018.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, selama 3 bulan terhitung sejak bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2018. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk dan promosi dengan keputusan pembelian air mineral merek Vit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan yaitu seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah mengonsumsi air mineral merek Vit. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 142 mahasiswa. Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 12,256 + 0,381 X_1 + 0,354 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Dari uji signifikansi simultan (Uji F) menghasilkan $F_{hitung} 93,755 > F_{tabel} 3,060$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, dilakukan uji t antara X_1 dan Y menghasilkan $t_{hitung} 8,124 > t_{tabel} 1,97718$, sehingga kesimpulannya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan uji t X_2 dan Y menghasilkan $t_{hitung} 6,259 > t_{tabel} 1,97718$, sehingga kesimpulannya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan koefisien korelasinya didapat nilai R sebesar 0,758, maka keeratan hubungan antara kualitas produk (X_1) dan promosi (X_2), dengan keputusan pembelian (Y) tergolong kuat. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh sebesar 0,574 yang menunjukkan bahwa 57,4% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas produk dan promosi. Sedangkan, Koefisien determinasi Y atas X_1 diperoleh R^2 sebesar 0,454 yang berarti bahwa persentase sumbangan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 45,4%. Sedangkan sisanya sebesar 54,6% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Dan, Koefisien determinasi Y atas X_2 diperoleh R^2 sebesar 0,372 yang berarti bahwa persentase sumbangan pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 37,2%. Sedangkan sisanya sebesar 62,8% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Promosi

ABSTRACT

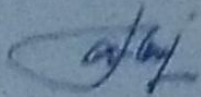
RIZAL RIFALDI. The relationship between product quality and promotion with the purchase decision of Vit brand mineral water at the students of Faculty of Economics, State University of Jakarta. Thesis. Jakarta: Study Program Business Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2018.

This research was conducted at Faculty of Economics, for 3 months starting from March until May 2018. The purpose of this research is to know the relationship between product quality and promotion with the decision of purchasing mineral water of Vit brand on the students of Faculty of Economics, State University of Jakarta. The research method used is survey method with correlational approach, the population used is all students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta who once consumed mineral water Vit brand. The sampling technique used is purposive sampling technique as many as 142 students. The multiple linear regression equation produced is $\hat{Y} = 12,256 + 0,381 X1 + 0,354 X2$. Test requirement analysis that is test of normality with Kolmogorov-Smirnov test with significance level (α) = 5% or 0,05 and yield significant level equal to 0,200. Because the significance level > 0.05 then it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. From simultaneous significance test (Test F) yield $F_{count} 93,755 > F_{table} 3,060$, so it can be concluded that product quality and promotion simultaneously have a significant effect on purchasing decision. Furthermore, the t test between $X1$ and Y produces $t_{count} 8,124 > t_{table} 1,97718$, so the partial conclusion there is a significant influence between product quality to purchase decision. While t test of $X2$ and Y yielded t calculate $6,259 > t_{table} 1,97718$, so the partial conclusion there is significant influence between promotion to purchasing decision. Based on the correlation coefficient obtained R value of 0.758, then the closeness of the relationship between product quality ($X1$) and promotion ($X2$), with purchase decision (Y) is quite strong. The coefficient of determination Y on $X1$ and $X2$ obtained is 0,574 indicating that 57,4% variable of purchasing decision is determined by product quality and promotion. Meanwhile, the coefficient of determination Y on $X1$ obtained R^2 of 0.454 which means that the percentage contribution of the quality of the product to the purchase decision of 45.4%. While the rest of 54.6% influenced and explained by other variables that are not included in this research model. And, coefficient of determination Y on $X2$ obtained R^2 equal to 0,372 which mean that percentage of contribution influence of promotion to decision of purchase equal to 37,2%. While the rest of 62.8% influenced and explained by other variables that are not included in this research model.

Keywords: Purchase Decision, Product Quality, Promotion

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

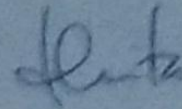
Pembimbing I



Dra. Dientje Griandini, M Pd

NIP. 195507221982102001

Pembimbing II

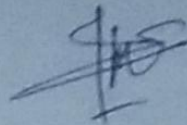


Dita Puruwata, M Si

NIP. 198209082010122004

Koordinator Program Studi

Pendidikan Bisnis

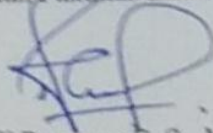


Dr. Corry Yohana, MM


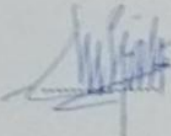
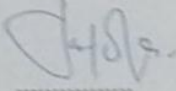
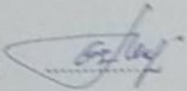
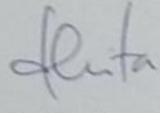
NIP. 195909181985032011

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana E. S., M. Bus.
NIP. 196712071992031001

	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	TANGGAL
1.	<u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		<u>12 Jul 2018</u>
2.	<u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Penguji Ahli		<u>12 Jul 2018</u>
3.	<u>Terrylina Arvinta, SE, MM</u> NIDK. 8854660018	Sekretaris		<u>12 Jul 2018</u>
4.	<u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Pembimbing I		<u>12 Jul 2018</u>
5.	<u>Dita Puruwita, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Pembimbing II		<u>12 Jul 2018</u>

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2018

Yang membuat pernyataan


Rizal Rifaldi

NIM. 8135145161



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain) dan kepada Allah, berharaplah”

(QS Al Insyirah: 6-8)

Hari kemarin adalah sebuah pelajaran, Hari ini gapailah setiap kebaikan,

Hari esok adalah sebuah perjuangan..

Kesuksesan bagiku adalah dapat bermanfaat dan membahagiakan setiap orang.

Kebahagiaan mereka adalah kebahagiaanku..

(Penulis)

Alhamdulillahirabbil'amin.

Bersyukur kepada Allah Swt. Karena-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dan kuliah dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya serta berkorban untuk saya, juga kepada semua orang yang saya sayangi yang telah mendoakan, mendukung, membantu, dan memberi semangat kepada saya.

Semoga kalian selalu dalam lindungan Allah Swt dan termasuk orang-orang yang mendapat keberkahan dan keberuntungan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, Peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Hubungan antara kualitas produk dan promosi dengan keputusan pembelian air mineral merek Vit pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta” ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari seluruh pihak yang telah membantu baik moril maupun materil.

Pada kesempatan ini, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Dientje Griandini M.Pd Selaku Dosen Pembimbing I Peneliti yang telah memberikan banyak bantuan dalam penulisan skripsi ini.
2. Dita Puruwita, M.Si Selaku Dosen Pembimbing II Peneliti yang telah memberikan banyak bantuan dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. Corry Yohana, MM Selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Dra. Rochyati, M.Pd selaku Pembimbing Akademik Peneliti yang telah memberikan banyak bantuan selama masa perkuliahan.

6. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan wawasannya selama masa perkuliahan..
7. Kedua orang tua tercinta, serta adik yang telah memberikan doa, motivasi, dan dukungan baik moril maupun materiil.
8. Risyah Nur Ajizah sebagai orang terkasih yang selalu memberikan dukungan dan motivasi setiap saat.
9. Keluarga Haiiii, Dian Helana, Hikmawati, Reska Septiani R, Risyah Nur Ajizah, dan Solin Nurdin, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama masa perkuliahan.
10. Teman – teman seperjuangan semasa PKM di Smkn 51 Jakarta khususnya grup otwjek yang telah memberi dukungan.
11. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Bisnis B 2014 yang telah memberikan banyak cerita selama masa perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna memperbaiki penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi Peneliti khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juli 2018

Peneliti