



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UD. SENTRAL
BANYUWANGI**

*THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION
TOWARDS CUSTOMERS PURCHASE DECISION AT UD. SENTRAL
BANYUWANGI*

SKRIPSI

Oleh

**Andri Tri Setiawan
NIM 050910202217**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UD. SENTRAL
BANYUWANGI**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION
TOWARDS CUSTOMERS PURCHASE DECISION AT UD. SENTRAL
BANYUWANGI***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu
(S1) Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

**Andri Tri Setiawan
NIM 050910202217**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahku H.M. Ngadenan dan Ibuku Hj. Lestari, terima kasih atas segala doa, motivasi, pelajaran, dan kasih sayang yang telah diberikan. Terima kasihku takkan pernah bisa mengganti kebahagiaan dan kebaikan yang kudapatkan darimu.
2. Kakakku Agus Edi Prayitno dan Endro Dwi Cahyanto serta Yuli Kristianingsih yang telah memberikan semangat dan dorongan.
3. Guru-guruku sejak Taman Kanak-kanak sampai Perguruan Tinggi yang telah memberikan ilmu dan membimbingku dengan penuh kesabaran dan ketulusan.
4. Almamaterku, Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

Jika ingin membangun brand yang kuat perusahaan tidak boleh hanya mengandalkan iklan. Perusahaan harus melakukan sesuatu yang mengena di benak konsumen, tidak sekedar menjual tetapi memiliki implikasi jangka panjang. *)

*) Kartajaya, Hermawan. 2005. *4G Marketing*. Jakarta: MarkPlus&Co.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andri Tri Setiawan

NIM : 050910202217

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul :

“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Sentral Banyuwangi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam kutipan substansial disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan dalam intitusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 8 Februari 2011
Yang menyatakan,

Andri Tri Setiawan
NIM 050910202217

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UD. SENTRAL BANYUWANGI

Oleh

Andri Tri Setiawan
NIM 050910202217

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Sasongko, M.Si
Dosen Pembimbing Anggota : Drs. H. Sugeng Iswono, MA

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Sentral Banyuwangi.” Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 28 Februari 2011

Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji

Ketua

Dr. Edy Wahyudi S. Sos, MM
NIP. 19750825 200212 1 002

Anggota

Penguji 1

Dr. Sasongko, M. S
NIP. 19570407 198609 1 001

Penguji 3

Drs. Didik Eko Julianto, MA
NIP. 19610700 198902 1 001

Penguji 2

Drs. Sugeng Iswono, MA
NIP. 19540202198403 1 001

Penguji 4

Dra. Dwi Windradini BP, M.Si
NIP. 19640814 198902 2003

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP 195207271981031003

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Sentral Banyuwangi; Andri Tri Setiawan; 050910202217; Sasongko; Sugeng Iswono; 121 halaman; Program Studi Administrasi Niaga; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

UD. Sentral Banyuwangi merupakan perusahaan/organisasi bisnis yang bergerak dibidang mebel. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang menghubungkan antara dua variabel, dan bersifat sebab akibat dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Obyek penelitian ini yaitu konsumen UD. Sentral Banyuwangi.

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen serta untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD. Sentral Banyuwangi. Data primer diperoleh melalui metode kuesioner dari 100 responden yaitu konsumen UD. Sentral. Data yang telah diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan rumus analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah uji instrument penelitian dengan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t serta uji asumsi klasik dengan uji multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan normalitas.

Berdasarkan pada hasil perhitungan, diperoleh hasil hipotesis sesuai dengan yang telah dirumuskan dan dapat dinyatakan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis kerja (H_a) diterima. Berdasarkan ketentuan tersebut, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD. Sentral Banyuwangi.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Sentral Banyuwangi“ untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Disampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Dr. Sasongko, M.Si, selaku dosen pembimbing pertama atas kesabaran untuk meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan proposal ini.
5. Drs. H. Sugeng Iswono, MA, selaku dosen pembimbing dua yang juga memberikan pengarahan dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan proposal ini.
6. Bapak H. Sabikis dan Hj Suginah selaku Pemilik UD. Sentral Banyuwangi, yang telah memberi izin penelitian di UD. Sentral yang beliau pimpin.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Saran dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Februari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RINGKASAN	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsepsi Dasar	6
2.2 Pemasaran	6
2.3 Landasan Teori	
2.3.1 Produk	7
2.3.2 Promosi	11
2.3.3 Perilaku Konsumen	16

2.3.4	Keputusan Pembelian	20
2.4	Kerangka Berfikir	25
2.5	Hipotesis	26
2.6	Penelitian Terdahulu	26
BAB 3. METODE PENELITIAN		
3.1	Populasi dan Sampel	
3.1.1	Populasi	28
3.1.2	Sampel	29
3.2	Operasional Konsep	
3.2.1	Variabel Bebas	30
3.2.2	Variabel Terikat	32
3.3	Penentuan Lokasi Penelitian	33
3.4	Ruang Lingkup Penelitian	33
3.5	Sumber Data	
3.5.1	Data Primer	33
3.5.2	Data Sekunder	34
3.6	Metode Pengumpulan Data	34
3.7	Uji Instrumen	
3.7.1	Uji Validitas	35
3.7.2	Uji Reliabilitas	36
3.8	Metode Analisis Data	
3.8.1	Uji Simultan	38
3.8.2	Uji t	38
3.8.3	Analisis Koefisien Determinasi Parsial	38
3.9	Tahap Penerikan Kesimpulan	39
3.10	Kerangka Pemecahan Masalah	39

BAB 4. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Gambaran Umum UD. Sentral Banyuwangi

4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan40

4.1.2 Struktur Organisasi42

4.1 Personalia.....44

4.3 Kegiatan Produksi47

4.3.1 Jenis bahan baku yang digunakan.....47

4.3.2 Jenis Peralatan Yang Digunakan48

4.3.3 Hasil Produksi.....49

4.3.4 Proses Produksi.....49

4.4 Kegiatan Pemasaran

4.4.1 Kebijakan Penjualan Kredit57

4.4.2 Kebijakan Penghapusan Piutang Tidak Tertagih.....59

4.4.2 Kebijakan Pengumpulan Piutang.....60

4.4.2 Wilayah Pemasaran.....61

4.5 Sistem Keuangan.....62

4.6 Pengawasan Kualitas

4.6.1 Deskripsi63

4.6.2 Pengawasan kualitas masukan64

4.6.3 Pengawasan kualitas proses85

4.6.4 Pengawasan kualitas produk jadi86

4.7 Promosi88

BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data

5.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden89

5.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian90

5.1.3 Uji Regresi Linear Berganda	95
5.1.4 Uji F	96
5.1.5 Uji t	96
5.1.6 Analisis Koefisien Determinasi	97
5.1.7 Uji Asumsi Klasik	98
5.1.6 Pembahasan	99
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	103
6.2 Saran	103
DAFTAR BACAAN	105
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1	Daftar Penjualan Furniture UD. Sentral 2010..... 3
2.1	Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan sekarang..... 26
3.1	Pelanggan <i>furniture</i> UD Sentral..... 29
4.1	Jumlah Tenaga Kerja Tidak Langsung UD. Sentral Banyuwangi 45
4.2	Jumlah Tenaga Langsung UD. Sentral Banyuwangi 45
4.3	Jenis-Jenis Bahan Baku dan Bahan Pembantu UD. Sentral..... 48
4.4	Peralatan UD. Mebel Sentral..... 49
4.5	Persediaan Barang UD. Sentral..... 69
4.6	Karyawan UD. Sentral 83
5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden..... 92
5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 92
5.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap kehandalan 90
5.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap penampilan..... 90
5.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap nilai seni produk..... 91
5.6	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kemampuan produk memberikan pelayanan 91
5.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap periklanan..... 92
5.8	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Promosi Penjualan .93
5.9	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap publisitas 93
5.10	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap <i>personal selling</i> 94
5.11	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap faktor kualitas produksi dan promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian 95
5.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... 95
5.13	Hasil Uji F..... 96
5.14	Hasil Uji T..... 97
5.15	<i>Collinearity Statistic</i> 98

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Perilaku Konsumen Model Kotler & Armstrong	19
2.2 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	23
2.3 Kerangka Berfikir.....	25
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	39
4.1 Struktur Organisasi	42
4.2 Proses Produksi Perusahaan Mebel UD. Sentral.....	56