

**Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Ragam
Produk terhadap Keputusan Pembelian *Thermocouple*
di PT. Fine Level Indonesia**

SKRIPSI



Di susun oleh:

Muhammad Zulkifli Permadani

NBI. 1121700041

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

**Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Ragam
Produk terhadap Keputusan Pembelian *Thermocouple*
di PT. Fine Level Indonesia**

SKRIPSI



Di susun oleh:
Muhammad Zulkifli Permadani
NBI. 1121700041

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Zulkifli Permadani
NPM : 1121700041
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Ragam Produk terhadap Keputusan Pembelian Thermocouple di PT Fine Level Indonesia

Surabaya, 29 Desember 2021

Mengetahui,

Atas Nama Dekan

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Drs. Agung Pujiyanto, MM

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing



Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana pada tanggal 29 desember 2021.

Dewan Penguji :

Dr. Dra. Rachmawati Novaria, M.M

Ketua

Dra. Sri Andayani, MM

Anggota

Dr. Ayun Maduwinarti, MP

Anggota

Mengesahkan
Atas Nama Dekan

**Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Drs. Agung Pujianto, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Zulkifli Permadani
NPM : 1121700041
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan :

- a. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
- b. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
- c. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 29 Desember 2021
Pembuat Pernyataan



Muhammad Zulkifli Permadani



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA

TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)

e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Zulkifli Permadani
NBI/ NPM : 1121700041
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi/ ~~Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Ragam Produk terhadap Keputusan Pembelian *Thermocouple* di PT. Fine Level Indonesia

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Di buat : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 06 Januari 2022

Yang Menyatakan,



(Muhammad Zulkifli Permadani)

*Coret yang tidak perlu

MOTTO

“ Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran ”

- Albert Einstein

“ Hanya pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan, tanpa pendidikan indonesia tak mungkin bertahan ”

- Najwa Shihab

“ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri ”

- Muhammad Zulkifli Permadani

PERSEMBAHAN

Skripsi ini di Persembahkan kepada:

1. Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Papa dan Mama. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku. Aku selamanya bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai orangtua ku
2. Skripsi ini saya persembahkan kepada Almamater saya Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Kepada calon istri saya yang telah mensupport saya selama ini.

Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Ragam Produk terhadap Keputusan Pembelian *Thermocouple* di PT Fine Level Indonesia

Oleh : Muhammad Zulkifli Permadani

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Surabaya Politik

Universitas 17 Agustus 1945

Email : zulkiflipermadani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Ragam Produk terhadap Keputusan Pembelian *Thermocouple* di PT. Fine Level Indonesia ” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk, layanan dan ragam produk terhadap keputusan pembelian *thermocouple* di PT. Fine Level Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Fine Level Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan teknik sampling *non probability sampling*, yaitu *Accidental Sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda yang diolah dengan bantuan *Software SPSS*. Variabel yang digunakan adalah kualitas produk, layanan dan ragam produk sebagai variable independent dan variable keputusan pembelian *thermocouple* di PT. Fine Level Indonesia sebagai variable dependent. Hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut : (1) Dari uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) menghasilkan t-hitung sebesar 0,790 jika mengacu pada indikator hasilnya bahwa $t\text{-hitung } 0,790 < t\text{-tabel } 1.66023$ dan juga nilai signifikasi nya $0,432 > 0,05$ yang artinya bahwa H1 ditolak. Dengan kata lain variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) *Thermocouple* di PT. Fine Level Indonesia. (2) Dari uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa Variabel X2 (Kualitas Layanan) menghasilkan t-hitung sebesar 5,155 jika mengacu pada indikator hasilnya bahwa $t\text{-hitung } 5,155 > t\text{-tabel } 1.66023$ dan juga nilai signifikasi nya $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa H2 diterima. Dengan kata lain variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) *Thermocouple* di PT. Fine Level Indonesia. (3). Dari uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa Variabel X3 (Ragam Produk) menghasilkan t-hitung sebesar 3,944 jika mengacu pada indikator hasilnya bahwa $t\text{-hitung } 3,944 > t\text{-tabel } 1.66023$ dan juga nilai signifikasi nya $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa H3 diterima dengan kata lain variabel Ragam Produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian)

Thermocouple di PT. Fine Level Indonesia. (4) Dari uji f atau bersama-sama dapat dilihat bahwa variabel X1 (Kualitas Produk), X2 (Kualitas Layanan) dan X3 (Ragam Produk). Ketiga variabel ini mempunyai pengaruh secara bersamaan stimultan terhadap variable Y (Keputusan Pembelian) *Thermocouple* di PT. Fine Level Indonesia. Dengan persentase pengaruhnya diketahui dari hasil Uji Determinasi (*R-Square*) yaitu sebesar 49,5 % terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan sisanya ($100\% - 49,5\% = 50,5\%$) dipengaruhi oleh Variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Layanan dan Ragam Produk terhadap Keputusan Pembelian *Thermocouple* di PT. Fine Level Indonesia

The Influence of Product Quality, Service and Product Variety on Thermocouple Purchase Decisions at PT Fine Level Indonesia

By : Muhammad Zulkifli Permadani

Business Administration, Faculty of Social and Political Sciences Surabaya

17 August 1945 University

Email : zulkiflipermadani@gmail.com

ABSTRACT

This study entitled "The Effect of Product Quality, Service and Product Variety on Thermocouple Purchase Decisions at PT. Fine Level Indonesia " This study aims to determine and analyze the quality of products, services and product variety on the thermocouple purchasing decisions at PT. Indonesian Fine Level. The population in this study were all consumers of PT. Indonesian Fine Level. This study uses quantitative research methods. Collecting data using a questionnaire with a non-probability sampling technique, namely accidental sampling with 100 respondents. The analytical method used is multiple linear analysis which is processed with the help of SPSS software. The variables used are product quality, service and product variety as independent variables and thermocouple purchasing decision variables at PT. Fine Level Indonesia as the dependent variable. The results of this study obtained the following conclusions: (1) From the partial test or t test, it shows that the Product Quality variable (X1) produces a t-count of 0.790 if referring to the indicator results that t-count $0.790 < t\text{-table } 1.66023$ and also the significance value is $0.432 > 0.05$, which means that H1 is rejected. In other words, the Product Quality variable has no partial effect on the Y (Purchase Decision) Thermocouple variable at PT. Fine Level Indonesia. (2) From the partial test or t test, it shows that Variable X2 (Quality of Service) produces a t-count of 5.155 if it refers to the result indicator that t-count $5.155 > t\text{-table } 1.66023$ and also the significance value is $0.000 < 0.05$ which means that H2 is accepted. In other words, the service quality variable has a partial effect on the Y (Purchase Decision) Thermocouple variable at PT. Fine Level Indonesia. (3). From the partial test or t test, it shows that Variable X3 (Variety of Products) produces a t-count of 3.944 if it refers to the result indicator that t-count is $3.944 > t\text{-table } 1.66023$ and also the significance value is $0.000 < 0.05$, which means that H3 is accepted. in other words, the Product Variety variable has a partial effect on the Y (Purchase Decision) Thermocouple variable at PT. Fine Level Indonesia. (4) From the f test or together, it can be seen that the variables are X1 (Product Quality), X2 (Service Quality) and X3 (Product Variety). These three variables have a simultaneous influence on the variable Y (Purchase Decision) Thermocouple at PT. Fine Level Indonesia. The percentage of the effect is known from the results of the Determination Test (R-Square) which is 49.5% of the

Purchase Decision (Y) variable. While the rest ($100\% - 49.5\% = 50.5\%$) is influenced by other variables outside this regression equation or other variables not examined.

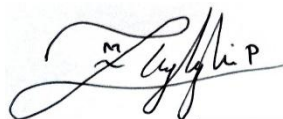
Keywords: Product Quality, Service and Product Variety on Thermocouple Purchase Decisions at PT. Fine Level Indonesia

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyang, kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Atas rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan makalah yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Ragam Produk terhadap Keputusan Pembelian Thermocouple di PT. Fine Level Indonesia tepat waktu. Makalah Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Ragam Produk terhadap Keputusan Pembelian Thermocouple di PT. Fine Level Indonesia disusun guna memenuhi tugas Akhir Mahasiswa yaitu Skripsi. Selain itu, penulis juga berharap agar makalah ini dapat menambah wawasan bagi pembaca tentang Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Ragam Produk terhadap Keputusan Pembelian Thermocouple di PT. Fine Level Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Drs. Ute Chairus M. Nasution, M.S. dan Dr. Dra. Rachmawati Novaria, M.M. selaku Dosen Pembimbing Dalam Skripsi Kali ini. Tugas yang telah diberikan ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan terkait bidang yang ditekuni penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu proses penyusunan makalah ini. Penulis menyadari makalah ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima demi kesempurnaan makalah ini.

Surabaya, 29 Desember 2021



Muhammad Zulkifli Permadani

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Lembar Persetujuan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Lembar Pernyataan Keaslian.....	v
Lembar Persetujuan Publikasi.....	vi
Motto	vii
Persembahan	viii
Abstrak	ix
Abstract	xi
Kata Pengantar	xiii
Daftar Isi.....	xiv
Daftar Tabel	xviii
Daftar Tabel	xix
Daftar Lampiran	xx
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	3
BAB 2.....	5
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA DASAR TEORI	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Bauran Pemasaran	14
2.2.2 Definisi Bauran Pemasaran	15

2.2.3 Konsep Bauran Pemasaran.....	15
2.3 Kualitas Produk.....	18
2.3.1 Definisi Kualitas Produk	18
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk	19
2.4 Kualitas Pelayanan.....	20
2.4.1 Definisi Kualitas Pelayanan	20
2.4.2 Indikator Kualitas Layanan	20
2.4.3 Cara Meningkatkan Kualitas Layanan	21
2.4.4 Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Layanan	22
2.5 Keragaman produk.....	23
2.5.1 Definisi Keragaman Produk.....	23
2.5.2 Indikator Keragaman Produk	24
2.6 Keputusan Pembelian.....	24
2.6.1 Definisi Keputusan Pembelian	24
2.6.2 Dimensi Keputusan Pembelian	25
2.6.3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26
2.6.4 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan.....	27
2.7 Hubungan antar Variabel	28
2.7.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	28
2.7.2 Hubungan Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian.....	28
2.7.3 Hubungan Ragam Produk dengan Keputusan Pembelian	29
2.8 Kerangka Berfikir.....	29
2.9 Hipotesis.....	30
BAB III.....	31
METODELOGI PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Desain Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sample	31
3.2.1 Populasi	31

3.2.2 Sample.....	31
3.3 Variabel Penelitian	32
3.3.1 Pengukuran.....	33
3.3.2 Tabel Variable Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Kuisisioner	35
3.5 Instrumen Penelitian.....	35
3.6 Teknis Analisis Data	35
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.6.2 Uji Hipotesis.....	36
Korelasi	36
Uji Simultan (F)	37
Uji Parsial (t).....	37
Koefisien Determinasi (Uji R ²)	37
3.7 Definisi Konsep dan Operasional.....	38
BAB IV	43
PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Sejarah PT. Fine Level Indonesia	43
4.2 Visi dan Misi	43
4.3 Struktur Organisasi PT. Fine Level Indonesia	44
4.4 Penyajian Data	44
4.4.1 Karakteristik Responden	44
4.5 Hasil Tabulasi Data	47
4.5.1 Variabel Kualitas Produk (X1).....	47
4.5.2 Variabel Kualitas Layanan (X2).....	51
4.5.3 Variabel Ragam Produk (X3).....	56
4.5.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
4.6 Hasil Uji Instrumen	64

4.6.1 Uji Validitas Data.....	64
4.6.2 Uji Reliabilitas Data.....	65
4.7 Hasil Uji Analisis Data.....	66
4.7.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.7.2 Hasil Uji T (Regresi Parsial)	68
4.7.3 Hasil Uji F (Simultan)	69
4.7.4 Uji Determinasi (<i>R Square</i>).....	70
4.8 Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahlu	5
Tabel 2.2 Kerangka Berfikir.....	29
Tabel 3.1 Variabel Penelian	33
Tabel 3.2 Interpretasi Uji Korelasi	36
Tabel 3.3 Definisi Konsep dan Operasional.....	38
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	45
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Kualitas Produk (X1).....	47
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Kualitas Layanan (X2)	51
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Ragam Produk (X3).....	56
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.9 Uji Validitas Data.....	64
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Data X1 (Kualitas Produk	65
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Data X2 (Kualitas Layanan)	65
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Data X3 (Ragam Produk).....	66
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Data Y (Keputusan Pembelian)	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda)	67
Tabel 4.15 Uji T).....	68
Tabel 4.16 Uji F)	69
Tabel 4.17 Uji Determinasi (R Square).....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Fine Level Indonesia	44
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner.....	77
Lampiran 2	Distribusi T- Tabel	80
Lampiran 3	Informasi Konsumen	82
Lampiran 4	Hasil Analisis Data	86
Lampiran 5	Lembar Perintah Revisi	89
Lampiran 6	Hasil turnitin	92