

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
IMPLANT ORTHOPEDI MEREK AAP JOINTS GmbH PADA PT.
ARTHROTECH MEDIKA INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



DISUSUN OLEH:

ALVICTOR MEZA ORVALA ANANTARA

NBI: 1122000145

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
IMPLANT ORTHOPEDI MEREK AAP JOINTS GmbH PADA PT.
ARTHROTECH MEDIKA INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



DISUSUN OLEH:

ALVICTOR MEZA ORVALA ANANTARA

NBI: 1122000145

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alvictor Meza Orvala Anantara
NBI : 1122000145

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Implant Orthopedi Merek AAP Joints GmbH Pada PT. Arthrotech Medika Indonesia

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 25 Juni 2024
Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing 1


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120870103


Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.
NPP. 20120850032

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 25 Juni 2024

Dewan Penguji :

1. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.**
Ketua

2. **Drs. Agung Pujiyanto, M.M.**
Anggota

3. **Dra. Sri Andayani, M.M.**
Anggota

Mengesahkan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120870103



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 sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alvictor Meza Orvala Anantara
NBI : 1122000145
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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, Kepercayaan Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Implant Orthopedi Merek AAP Joints GmbH Pada PT. Arthrotech Medika Indonesia.

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 26 Juni 2024

Yang Menyatakan,

(Alvictor Meza O. A)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Alvictor Meza Orvala Anantara

NBI : 1122000145

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Implant Orthopedi Merek AAP Joints GmbH Pada PT. Arthrotech Medika Indonesia**

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah mempublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. 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 telah saya peroleh.

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

Surabaya, 26 Juni 2024

Yang membuat pernyataan





Alvictor Meza Orvala Anantara

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat-Nya yang telah memberikan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sehingga penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua, Ayahanda Gunawan Mahadi dan Ibunda Luluk Tri Wahyuningtyas yang telah berperan penting dalam hidup penulis.
2. Keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan moral dan batin.
3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen pengajar Prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmu, bimbingan dan pengalaman yang dapat berguna bagi penulis dikemudian hari.
4. Kepada diri sendiri, yang telah semangat dan berjuang dalam menyelesaikan skripsi meskipun harus melewati berbagai rintangan yang cukup berat hingga dapat menyelesaikan perkuliahan hingga selesai.

MOTTO

“Ketika kamu mampu, maka kamu akan diberi. Tapi ketika kamu belum mampu walaupun temanmu sudah dan usiamu tidak lagi muda, Kamu tidak akan diberi. Dan ketika kamu terlambat daripada temanmu, bukan berarti kamu lebih buruk tapi kebaikan itu sifatnya Dia datang diwaktu yang tepat bukan diwaktu yang cepat”

-Habib Husein Jafar-

ABSTRACT

With the growing development of the health industry, especially in the orthopedic implant trading industry. This makes the orthopedic implant trading industry an opportunity for manufacturers and providers of orthopedic implants. This study aims to determine the effect of Product Quality, Brand Trust and Promotion on Purchasing Decisions for AAP Joints GmbH brand orthopedic implant products at PT Arthrotech Medika Indonesia. This type of research is a type of quantitative research with a sample of 100 samples filled in by Orthopedic Specialists and Health Workers. The results of this study indicate that partially the Product Quality variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, then the Brand Trust variable has a positive and insignificant effect on Purchasing Decisions and the Promotion variable does not have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. However, simultaneously all independent variables have a positive and significant influence on purchasing decisions for orthopedic implants of the AAP Joints GmbH brand at PT Arthrotech Medika Indonesia.

Keywords: *Product Quality, Brand Trust, Promotion and Purchasing Decisions*

ABSTRAK

Dengan semakin bertumbuhnya perkembangan industri kesehatan, khususnya pada industri perdagangan implant orthopedi. Hal ini menjadikan industri perdagangan implant orthopedi sebagai peluang bagi produsen dan penyedia implant orthopedi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk implant orthopedi merek AAP Joints GmbH pada PT. Arthrotech Medika Indonesia. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan sampel berjumlah 100 sampel yang diisi oleh Dokter Spesialis Orthopedi dan Tenaga Kesehatan. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, kemudian pada variabel Kepercayaan Merek memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan pada variabel Promosi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Namun, secara simultan keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian implant orthopedi merek AAP Joints GmbH pada PT. Arthrotech Medika Indonesia.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Promosi dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Esa, atas seluruh curahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Implant Orthopedi Merek AAP Joints GmbH Pada PT. Arthrotech Medika Indonesia” ini dengan tepat pada waktunya.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai salah satu persyaratan utama untuk memperoleh gelar sarjana S1 (Strata 1). Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan, dukungan, dorongan dan juga do’a dari berbagai pihak yang menjadikan skripsi ini bisa lebih bermanfaat.

Pihak-pihak yang tidak lupa untuk saya ucapkan terimakasih, antara lain kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan kesehatan selama penyusunan skripsi.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M selaku Kepala Prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M. M. Selaku dosen pembimbing skripsi 1 dan Ibu Dra. Awin Mulyati, M. M. Selaku dosen pembimbing skripsi 2 yang selama ini telah membantu dalam penyusunan skripsi dengan memberikan arahan, kritik dan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen Prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang selama 4 tahun ini telah memberikan ilmu dan pembelajaran yang sangat berarti hingga saat ini dan selamanya.
6. Kedua orang tua saya Bapak Gunawan Mahadi dan Ibu Luluk Tri Wahyuningtyas yang telah memberikan doa restu dan dukungan moral selama ini.
7. Teman-teman baik saya Mustika Shafa, Sobichah Hanim, Devangga Wahyu dan Abi Baskoro yang telah menemani kehidupan kampus saya dengan penuh sukacita.
8. Teman-teman HIMANITA Kabinet Cahaya dan Kabinet Priya Adinata yang telah memberikan sebuah pengalaman dan pembelajaran tentang kemampuan untuk memimpin dan kemampuan untuk selalu berpikir kritis.

9. Pakdhe dan Budhe saya Pak Nanang Fendi dan Ibu Fluor Yanie yang telah memberikan tempat istirahat selama ini.
10. Teman-teman warga TWR saya Albinsar, Gerald, Aji, dan lainnya yang telah menemani selama ini.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Terakhir, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Surabaya, 31 Mei 2024

Alvictor Meza Orvala A
1122000145

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9

2.2	Landasan Teori.....	22
2.2.1	Bauran Pemasaran.....	22
2.2.2	Produk.....	25
2.2.3	Kualitas Produk.....	27
2.2.4	Merek.....	35
2.2.5	Kepercayaan Merek.....	37
2.2.6	Bauran Promosi.....	43
2.2.7	Promosi.....	46
2.2.8	Perilaku Konsumen.....	51
2.2.9	Keputusan Pembelian.....	55
2.3	Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	60
2.4	Kerangka Dasar Pemikiran.....	63
2.5	Pola Hubungan Antar Variabel.....	63
2.6	Hipotesis.....	64
BAB III.....		67
METODOLOGI PENELITIAN		67
3.1	Rancangan Penelitian.....	67
3.2	Populasi dan Sampel.....	67
3.2.1	Populasi.....	67
3.2.2	Sampel.....	68
3.3	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	68
3.3.1	Skala Pengukuran.....	68
3.3.2	Instrumen Penelitian.....	69
3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	71
3.4.1	Jenis Data.....	71
3.4.2	Sumber Data.....	71
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.6	Teknik Analisis Data.....	72

BAB IV	77
PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1 Penyajian Data.....	77
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	77
4.1.2 Deskripsi Responden Penelitian.....	79
4.2 Tabulasi Data	81
4.2.1 Uji Instrumen.....	81
4.2.2 Analisis Tabulasi	82
4.3 Analisis Data	100
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	100
4.3.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	102
4.3.3 Uji Hipotesis.....	104
4.4 Pembahasan.....	107
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	107
4.4.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	108
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	109
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	110
BAB V.....	111
PENUTUP.....	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Rekomendasi	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. 2 Definisi Operasional.....	61
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan jenis kelamin	80
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan pekerjaan	80
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	82
Tabel 4. 5 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk (X1)	82
Tabel 4. 6 Tabulasi Data Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	85
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Variabel Promosi (X3).....	88
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	91
Tabel 4. 9 Hasil nilai mean Variabel Kualitas Produk (X1)	94
Tabel 4. 10 Hasil nilai mean Variabel Kepercayaan Merek (X2)	96
Tabel 4. 11 Hasil nilai mean Variabel Promosi (Y).....	97
Tabel 4. 12 Hasil nilai mean Variabel Keputusan Pembelian.....	98
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	100
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	101
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	102
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	103
Tabel 4. 17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	104
Tabel 4. 18 Hasil Uji Signifikasi Pengaruh Simultan (Uji F).....	106
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik pertumbuhan pasar implant orthopedi.....	1
Gambar 1. 2 Logo Perusahaan	4
Gambar 1. 3 Logo AAP Joint GmbH.....	5
Gambar 1. 4 Produk implant HIP dan Knee.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Dasar Pemikiran Penelitian.....	63
Gambar 4. 1 Kantor PT. Arthrotech Medika Indonesia	77
Gambar 4. 2 Implant TKR.....	78
Gambar 4. 3 Implant Bipolar.....	78
Gambar 4. 4 Implant THR.....	79
Gambar 4. 5 Implant Long Stem.....	79
Gambar 4. 6 Implant DM	79
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas Data Model P-Plot.....	101
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas Data Model P-Plot.....	147

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	117
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden	128
Lampiran 3 Tabulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	128
Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	129
Lampiran 5 Tabulasi Data Seluruh Variabel.....	135
Lampiran 6 Hasil Uji.....	147
Lampiran 7 Kartu Bimbingan	150
Lampiran 8 Surat Keterangan Turnitin	152