

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

### SKRIPSI

#### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA PADA PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE PALOPO**

Disusum dan diajukan oleh:

Ovinda Ariadna  
201720196

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
Pada tanggal 24 Juni 2022

Pembimbing I



Prof. Dr. Suhardi M Anwar, Drs., M.M  
NIDN: 0014116201

Pembimbing II



Samsinar, S.Pd, M.Pd  
NIDN: 0910118305

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palopo



Hapid, S.E., M.M  
NIDN: 0925036601

Ketua Program Studi Manajemen



Imran Ukkas, S.E., M.M  
NIDN: 0903048602

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

### SKRIPSI


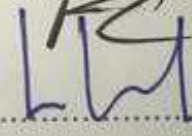
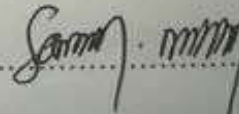
#### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA PADA PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE PALOPO**

Disusum dan diajukan oleh:

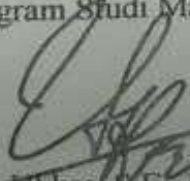
Ovinda Ariadna  
201720196

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi pada tanggal 24 Juni 2022 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palopo.

#### Susunan Dewan Penguji

1. Prof. Dr. Suhardi M Anwar, Drs., M.M. (..........)
2. Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M (..........)
3. Sari Ratna Dewi, S.H., M.H (..........)

Ketua Program Studi Manajemen

  
Imran Ukkas, S.E., M.M  
NIDN. 0903048602

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ovinda Ariadna

Nim : 201720196

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN**

**TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA PADA PT MATAHARI**

**DEPARTEMEN STORE PALOPO**

Skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiarisme secara keseluruhan. Saya menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat seluruh atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau lambang yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran penulis lain, yang saya akui seolah-olah mereka ditulis. Saya sendiri dan atau tidak ada bagian dari keseluruhan tulisan yang saya tiru atau ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan kepada penulis aslinya.

Palopo, 24 Juni 2022  
Yang memberi pernyataan



Ovinda Ariadna  
201720196



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRAK.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Pengertian Produk.....	7
2.2 Perilaku Konsumen dalam Bisnis Ritel.....	10
2.3 Motif Belanja Konsumen.....	12
2.4 Perilaku Konsumen Tekan Bisnis Ritel.....	13
2.5 Strategi Pemasaran dalam Bisnis.....	14
2.6 Penelitian Terdahulu.....	21
2.7 Kerangka Konseptual.....	30
2.8 Hipotesis.....	32
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Desain Penelitian.....	33

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	32
3.2.1 Waktu.....	32
3.2.2 Lokasi Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasioanal.....	36
3.7 Instrumen Penelitian.....	39
3.7.1 Uji Validitas.....	41
3.7.2 Uji Realibilitas.....	41
3.8 Analisis Data.....	41
<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>44</b>
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Deskripsi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.....	51
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
4.1.3 Deskripsi Kategori Variabel.....	56
4.1.4 Hasil Analisis Data.....	52
4.1.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
4.2 Pembahasan.....	66
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan.....	47

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Operasional Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Skala Interval.....	45
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Pilot Tes Kualitas Produk (X1).....	45
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Pilot Tes Kualitas Pelayanan (X2).....	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Pilot Tes Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	47
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Pilot Tes.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Transaksi Pembelian.....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.7 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 4.8 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	64

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	3
-------------------------------------	---



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaykum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengn mengucapkan puji dan syukur atas Kehadirt Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di PT. Matahari Department Store Palopo**" penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana manajemen program strata satu (S1) Universitas Muhammadiyah Palopo.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak baik itu moral maupun bantuan bersifat material sehingga skripsi ini pun dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengutarakan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Salju, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo.
2. Bapak Hapid, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhmmadiyah palopo.
3. Prof. Dr. Suhardi M Anwar, Drs., M.M., CIQaR, selaku Pembimbing I yang penuh kesabaran dan keikhlasan dalam memberikan arahan dan masukan kepada penulis mulai dari penyusunan proposal, penelitian hingga rangkumnya skripsi ini.
4. Ibu Samsinar, S.Pd, M.Pd, selaku Pembimbing II yang penuh kesabaran dan keikhlasan dalam memberikan arahan dan masukan kepada penulis mulai dari penyusunan proposal, penelitian hingga rangkumnya skripsi ini.
5. Bapak Imran Ukkas, S.E., M.M, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
6. Bapak dan Ibu dosen yang dengan tekun dan sabar membimbing penulis sampai pada tahap akhir penyelesaian studi di Universitas Muhammadiyah Palopo.
7. Bapak dan Ibu staf pengelola Universitas Muhammadiyah Palopo yang membantu penulis dalam hal administratif.
8. Untuk kedua orang tua dan saudara-saudari penulis yang memberikan banyak dukungan dan doa sehingga, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
9. Untuk sahabat-sahabat penulis Rahmawati Sjamsu Alam, Muhaimina dan Sirma yang telah memberikan dukungan dan secara ikhlas mendampingi hingga studi ini berakhir.



10. Untuk konsumen yang telah terlibat selaku penyedia data untuk menunjang rangkumnya skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yng telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya berkat seluruh bantuan pembimbing dan pengarahan serta dukungan yang diberikan semoga dapat balasan dari Allah SWT. Sebagai penulis penelitian ini saya mengetahui masih banyak kekurangan dalam penelitian saya, oleh karenanya, saya mengaharapkan masukan dan saran dari setiap pembaca.

Wassalamu'alaykum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palopo, 25 Januari 2022

Penulis

Ovinda Ariadna

## ABSTRAK

*This test aims to see the influence of consumers on product quality and service quality on consumer purchasing decisions at PT. Matahari Department of Palopo. The population in this study is all consumer behavior whose specific number is unknown. Thus, the technique of sampling using the Non-probability Sampling technique with the determination using the Snowball Sampling technique. The sample in this study was 95 respondents who were rounded up to 100 samples. Primary data is taken directly through the distribution of questionnaires using an online interval scale model that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used the Multiple Linear Regression Analysis method. The results show that, partially (t test) digital marketing communication has no positive and insignificant effect on purchasing decisions with a tcount of 1,941 < ttable 1,985, price has a negative and significant effect on purchasing decisions with a value of tcount 2,258 > ttable 1,985 and product quality has an effect positive and significant towards purchasing decisions with tcount 3.081 > ttable 1.985.*

*Simultaneous test results (F test) show that digital marketing communication, price and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions together with Fcount 59.420 > Ftable 3.09 and a significant value of 0.000 < 0.05. The results of the coefficient of determination test (R<sup>2</sup>) obtained an R value of 0.806, meaning that the relationship between digital marketing communication variables, price and product quality on purchasing decision s has a positive and very strong*

*relationship. From the Adjusted R Square value of 0.639, it shows the direct influence of all independent variables, namely product quality and service quality on consumer purchasing decisions is 0.639 or with a percentage level of 63.9%, the remaining 36.1% is influenced by other factors that are not tested in this study.*

*Keywords: product quality, service quality, consumer purchasing decisions.*

PAPER NAME

Skripsi Ovinda (4).docx

AUTHOR

Ovinda Ariadna

WORD COUNT

16216 Words

CHARACTER COUNT

94338 Characters

PAGE COUNT

111 Pages

FILE SIZE

332.0KB

SUBMISSION DATE

Mar 21, 2022 9:16 AM GMT+7

REPORT DATE

Mar 21, 2022 9:19 AM GMT+7

**● 32% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 32% Internet database

**● Excluded from Similarity Report**

- Publications database
- Crossref Posted Content database
- Small Matches (Less than 25 words)
- Crossref database
- Submitted Works database

