

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN  
( AMDK ) MEREK AQUA DI  
WILAYAH KELAPA GADING**

**Oleh:**

**Nama: Nisya Tri Maedaniyah**

**NIM: 27130223**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

d/h Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**  
**JAKARTA**  
**JULI 2017**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS



**PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN  
( AMDK ) MEREK AQUA DI  
WILAYAH KELAPA GADING**

**Diajukan Oleh:**

**Nama: Nisya Tri Maedaniyah**

**NIM: 27130223**

**Jakarta, 19 Juli 2017**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing**

**( Brastoro, SE.,MM. )**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2017**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Nisya Tri Maedaniyah / 27130223 / 2017 / Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan ( AMDK ) Merek Aqua Di Wilayah Kelapa Gading / Brastoro, SE.,MM.

Pertumbuhan yang pesat dalam industri air minum dalam kemasan, seiring dengan munculnya berbagai merek produk air minum dalam kemasan yang beredar di seluruh Indonesia menyebabkan persaingan makin ketat diantara para produsen. Perusahaan harus berkerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan *competitor* yang dapat memberikan *value* yang lebih besar kepada *customer*. Agar dapat menciptakan keputusan pembelian maka perusahaan harus mempunyai kualitas produk dan promosi yang baik. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui faktor apa saja yang penting bagi konsumen. Sehingga kualitas produk dan promosi yang diberikan sesuai harapan konsumen dan konsumen akan menjadi puas. Dengan perusahaan menciptakan keputusan pembelian dan terus menciptakan kualitas produk yang berkualitas mereka akan terus setia.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitin ini adalah definisi dari Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian. Selain itu, peneliti didukung berdasarkan dimensi dari kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian beserta indikatornya dari masing masing teori.

Objek penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi aqua di wilayah Kelapa Gading. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara komunikasi yaitu menyebarkan kuesioner sebanyak 100 kepada konsumen yang mengkonsumsi aqua. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah SPSS 20.0

Hasil penelitian yang didapatkan responden terbanyak jenis kelamin wanita, dengan usia 19-29 tahun, pekerjaan yang paling banyak adalah pelajar/mahasiswa. Berdasarkan analisis regresi berganda dapat terlihat bahwa kualitas produk terbukti berpengaruh pada keputusan pembelian dan promosi tidak berpengaruh secara terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan ( AMDK ) merek aqua sedangkan untuk variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan ( AMDK ) merek aqua. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu agar dapat menambahkan variabel-variabel independen lain dan dapat melakukan penelitian dengan objek yang berbeda untuk memperluas sample penelitian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

Nisya Tri Maedaniyah / 27130223 / 2017 / *The Effect of Product Quality and Promotion on Decision of Drinking Water In Packaging (AMDK) Brand Aqua In Kelapa Gading / Brastoro, SE., MM*

Rapid growth in the bottled drinking water industry, along with the emergence of various brands of bottled drinking water products circulating throughout Indonesia has caused increasing competition among producers. Companies must work hard to create new strategic policies in selling their products and services in the face of intense competition with competitors who can provide greater value to customers. In order to create a purchasing decision, the company must have good product quality and promotion. Therefore, companies need to know what factors are important to consumers. So the quality of products and promotions given according to the expectations of consumers and consumers will be satisfied. With companies creating purchasing decisions and continuing to create quality product quality they will continue to be loyal.

The theory used to support this research is the definition of Product Quality, Promotion and Purchase Decision. In addition, researchers are supported based on the dimensions of product quality, promotion and purchasing decisions along with their indicators from each theory.

The object of this research is consumers who consume aqua in Kelapa Gading area. Methods of data collection in this study was conducted by means of communication that is distributing questionnaires as much as 100 to consumers who consume aqua. Sampling technique used is Non-Probability Sampling technique by using purposive sampling method. The procedure used for model testing and data processing is SPSS 20.

The results of the study obtained the most female respondents, with the age of 19-29 years, most of the work is students. Based on multiple regression analysis can be seen that product quality proven influential pda buying and promotion decisions have no effect on purchasing decision

The conclusion of this research is variable of product quality influence to purchasing decision of drinking water in packaging (AMDK) of aqua brand while for promotion variable has no effect to purchasing decision of bottled drinking water (AMDK) of aqua brand. Suggestions for further researchers are to be able to add other independent variables and can do research with different objects to expand the sample research.

**Keywords:** Product Quality, Promotion, Purchase Decision



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa bimbingan, petunjuk, dorongan semangat dan doa dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Brastoro selaku dosen pembimbing, terimakasih atas ilmu serta jasanya telah membimbing, meluangkan waktu, memberi saran, kritik, bantuan, serta masukan yang berarti selama proses pembuatan skripsi ini.
2. Kepada seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah mengajarkan dan memberi ilmu pengetahuan yang sangat bernilai harganya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan strata satu ini.
3. Kepada kedua orang tua saya dan kedua kakak saya . Terimakasih atas doa, motivasi, support, serta kasih sayangnya kepada saya.
4. Kepada teman seperjuangan skripsi serta teman selama semester 1 hingga semester 7, Dessy Permata Sary, Dimas Rudy , Riandy Lim dan Andreias Juniarto. Terima kasih untuk semangat dan supportnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan kuliah strata satu ini selama 4 tahun.
5. Kepada teman-teman Asma, Dea, Devira, Dama, Farah, Ipit, Ranti, Ririn, Salma dan Yola. Terima kasih atas bantuan, hiburan, doa, serta supportnya.



6. Kepada sahabat-sahabat peneliti di luar kampus Kwik Kian Gie, Pritha, Putri dan Ical yang selalu memberikan dukungan dan semangat.

7. Kepada keluarga besar Organisasi Rohis Al-Ashri. Terimakasih atas ilmu dan segala pengalaman selama 4 tahun peneliti menimba ilmu di kampus ini.

8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengguna selanjutnya. Atas perhatiannya peneliti ucapkan mohon maaf dan terimakasih.

Jakarta, Juli 2017

Penulis

Nisya

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	<b>15</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	15
B. Identifikasi Masalah .....	26
C. Batasan Masalah .....	27
D. Batasan Penelitian .....	27
E. Rumusan Masalah .....	27
F. Tujuan Penelitian .....	28
G. Manfaat Penelitian .....	28



© Hak cipta milik IBI IKIG (Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**BAB II : KAJIAN PUSTAKA ..... 29**

**A. Landasan Teori ..... 29**

**1. Produk ..... 29**

    a. Konsep Produk ..... 29

    b. Kualitas Produk ..... 29

**2. Promosi ..... 35**

    a. Pengertian Promosi ..... 35

    b. Dimensi Promosi ..... 36

**3. Keputusan Pembelian ..... 37**

    a. Pengertian Keputusan Pembelian ..... 37

    b. Empat Tipe Perilaku Pembelian Konsumen ..... 38

    c. Tahapan Proses Keputusan Pembelian ..... 39

**B. Penelitian Terdahulu ..... 42**

**C. Kerangka Pemikiran ..... 44**

**D. Hipotesis Penelitian ..... 45**

**BAB III : METODE PENELITIAN ..... 46**

**A. Objek Penelitian ..... 46**

**B. Desain Penelitian ..... 46**

**C. Variabel Penelitian ..... 48**

**D. Definisi Operasional ..... 48**

**1. Variabel Independen : ..... 49**

    a. Indikator Kualitas Produk ..... 49

    b. Indikator Promosi ..... 50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





2. Variabel Dependen : Keputusan Pembelian .....	50
E. Teknik Pengumpulan Data .....	52
F. Teknik Pengambilan Sampel .....	52
G. Teknik Analisis Data .....	53
1. Uji Validitas .....	53
2. Uji Reliabilitas .....	54
3. Rentang Skala .....	54
4. Analisis Regresi .....	55
5. Uji Asumsi Klasik .....	55
a. Uji Normalitas Residual .....	55
b. Uji Heterokedastisitas .....	56
c. Uji Autokorelasi .....	56
d. Uji Multikolinearitas .....	57
6. Pengujian Persamaan Regresi Berganda .....	57
i. Uji Koefisien Determinasi ( R <sup>2</sup> ).....	58
ii. Uji Keberartian Model ( Uji F ).....	58
iii. Uji Signifikansi Koefisien ( Uji T ).....	58
<b>BAB IV : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
B. Analisis Deskriptif .....	63
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	63
2. Analisis Profil Responden .....	67
3. Analisis Variabel Penelitian .....	69

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Analisis Regresi Ganda .....	73
5. Pengujian Asumsi Klasik .....	74
a. Uji Normalitas .....	74
b. Uji Heterokedastisitas .....	74
c. Uji Autokorelasi .....	75
d. Uji Multikolinearitas .....	75
6. Analisis Regresi Berganda .....	76
a. Uji Koefisien Determinasi ( R <sup>2</sup> ) .....	76
b. Uji Keberartian Model ( Uji F ) .....	77
c. Uji Koefisien Regresi ( Uji T ) .....	77
C. Pembahasan .....	78
1. Variabel Kualitas Produk .....	78
2. Variabel Promosi .....	78
3. Variabel Keputusan Pembelian .....	79
4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	79
5. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	80
<b>BAB 4 : KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	81
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	83
<b>LAMPIRAN</b> .....	85

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Ukuran Pasar Produk Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia .....	20
Tabel 1.2	Tabel Perusahaan-Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia .....	21
Tabel 1.3	Tabel Proyeksi Konsumsi Air Minum Dalam Kemasan Tahun 2007-2013.....	22
Tabel 1.4	Tabel Top Brand Index Kategori Air Minum Dalam Kemasan Tahun 2012.....	25
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3.1	Tabel Indikator Kualitas Produk .....	49
Tabel 3.2	Tabel Indikator Promosi .....	50
Tabel 3.3	Tabel Indikator Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 4.1	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	64
Tabel 4.2	Uji Validitas Variabel Promosi .....	65
Tabel 4.3	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	65
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	66
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas Variabel Promosi .....	67
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	67
Tabel 4.7	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Tabel 4.8	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	68
Tabel 4.9	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	68





Tabel 4.10 Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Produk .....	70
Tabel 4.11 Tanggapan Konsumen Mengenai Promosi .....	71
Tabel 4.12 Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian .....	72
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Normalitas Residual .....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi .....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas .....	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( R <sup>2</sup> ) .....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Keberartian Model ( Uji F ) .....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Regresi ( Uji T ) .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	44
Gambar 4.1 Logo Aqua .....	63
Gambar 4.2 Produk Aqua .....	63
Gambar 4.3 Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk .....	69
Gambar 4.4 Skor Rata-Rata Variabel Promosi .....	71
Gambar 4.5 Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian .....	72

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Penutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	85
Lampiran 2 Output Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	91
Lampiran 3 Output Uji Validitas Variabel Promosi Data .....	92
Lampiran 4 Output Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	92
Lampiran 5 Output Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	93
Lampiran 6 Output Uji Reliabilitas Variabel Promosi .....	93
Lampiran 7 Output Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	93
Lampiran 8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	94
Lampiran 9 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	94
Lampiran 10 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	94
Lampiran 11 Output Analisis Regresi Berganda.....	95
Lampiran 12 Output Uji Normalitas Residual .....	95
Lampiran 13 Output Uji Heterokedastisitas .....	95
Lampiran 14 Output Uji Autokorelasi .....	96
Lampiran 15 Output Uji Multikolinearitas .....	96
Lampiran 16 Output Uji Koefisien Determinasi ( R <sup>2</sup> ).....	96
Lampiran 17 Output Uji F .....	96
Lampiran 18 Output Uji T .....	97

Hak Cipta Milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKGG.