

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POMADE DI
BABERSHOP 66 KOTA PADANG**

SKRIPSI



OLEH:

**NUR ALIF SATRIA PUTRA
1610011211110**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNGHATTA**

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung
hatta menyatakan :

Nama : Nur Alif Satria Putra
Npm : 1610011211110
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pomade di Barber Shop 66 Kota Padang.

Telah disetujui skripsi sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku, telah diuji dan telah dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada tanggal, 28 Januari 2022.

Pembimbing Skripsi



Mery Trianita, S.E.,M.M

Disetujui Oleh
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullah wabarakatuh

Puji syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dalam manjalani masa perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POMADE DI BABERSHOP 66 KOTA PADANG”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menempuh ujian sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang.

Segala upaya dan kemampuan yang maksimal telah penulis berikan dalam penulisan skripsi ini guna sebagai penambahan, pengembangan wawasan dan studi. Namun demikian penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan – kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna kesempurnaan penulisan ilmiah ini

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak dapat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Mery Trianita,SE.,M.M, selaku pembimbing
2. Ibu Lindawati,S.E.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.

3. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
4. Ibu Dr. Listiana Sri Mulatsih, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.
5. Nanda selaku pemilik Babershop 66 kota Padang.
6. Rekan-rekan mahasiswa Manajemen angkatan 2016, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulis dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca sekalian pada umumnya.

Wassallammualaikum wr.wb

Penulis, 28 januari 2022

Nur Alif Satria Putra

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POMADE DI BABERSHOP 66 KOTA PADANG

Nur Alif Satria Putra ¹, ... ², ... ³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: Putraalifsatria2@gmail.com,@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Produk Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pomade Di Babershop 66 Kota Padang. Populasi pada penelitian melibatkan 80 responden pria. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Pomade Di Babershop 66 Kota Padang. 2) Pengetahuan Produk Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Pomade Di Babershop 66 Kota Padang. Hipotesis yang paling dominan yaitu H_1 , dengan nilai t-statistik sebesar 5,675 dan nilai sig 0,000.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Pengetahuan Produk

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRODUCT KNOWLEDGE ON THE PURCHASE DECISION OF POMADE PRODUCTS IN BABERSHOP 66 PADANG CITY

Nur Alif Satria Putra¹, ...², ...³

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

E-mail: Putraalifsatria2@gmail.com,@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to explain the effect of product quality and product knowledge on purchasing decisions for pomade products at Babershop 66 Padang City. The population in this study involved 80 male respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The data collection technique in this study used a list of statements in the form of a questionnaire. The results showed that, 1) Product quality had a positive effect on purchasing decisions for pomade at Babershop 66, Padang City. 2) Product Knowledge Has a Positive Effect on Pomade Purchase Decisions at Babershop 66 Padang City. The most dominant hypothesis is h1, with a t-statistic value of 5.675 and a sig value of 0.000.

Keywords: Purchase Decision, Product Quality, Product Knowledge

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Keputusan Pembelian	7
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	7
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
2.2 Kualitas Produk	11
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	12
2.3 Pengetahuan Produk	13
2.3.1 Pengertian Pengetahuan Produk	13
2.3.2 Kategori Pengetahuan Produk	14
2.4 Pengembangan Hipotesis	14
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	13
2.4.2 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	15
2.5 Kerangka Konseptual	16
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	17
3.1.1 Populasi dan Sampel	17
3.1.2 Jenis data dan sumber data	18
3.2 Teknik Pengumpulan Data	18

3.3 Definisi Operasional Variabel	18
3.1.2 Keputusan Pembelian (Y)	18
3.1.3 Kualitas Produk (X ₁)	19
3.1.4 Pengetahuan Produk (X ₂)	19
3.4 Pengukuran Instrumen	19
3.5 Metode Analisa Data	20
3.5.1 Uji Analisis Deskriptif	20
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian.....	21
1. Uji Validitas.....	21
2. Uji Reabilitas	22
3.5.3 Analisis Inferensial	22
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	22
3.5.5 Koefisien Determinan (R ²)	23
3.5.6 Uji Hipotesis Penelitian.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	27
4.2 Analisis Deskriptif	29
4.2.1 Keputusan Pembelian (Y)	29
4.2.2 Kualitas Produk (X ₁)	30
4.2.3 Pengetahuan Produk (X ₂)	31
4.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	32
4.3.1 Uji Validitas.....	32
a. Keputusan Pembelian	32
b. Kualitas Produk (X ₁).....	33
c. Pengetahuan Produk (X ₂).....	33
4.3.2 Uji Reliabilitas	34
4.4 Model Regresi Linear Berganda.....	35
4.4.1 Uji F	36
4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi	37
4.4.3 Uji Hipotesis (Uji t).....	38
4.5 Pembahasan	37

4.5.1 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (H1)	37
4.5.2 Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (H2)	37
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	39
5.3 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Pomade Di Barbershop 66 Tahun 2019	2
Tabel 1.2	Rekapitulasi Hasil Survey Awal Keputusan Pembelian Pomade di Babershop 66 Kota Padang	3
Tabel 4.1	Respons Rate	25
Tabel 4.2	Profil Responden	26
Tabel 4.3	Respon Jawaban Responden Keputusan Pembelian	27
Tabel 4.4	Respon Jawaban Responden Kualitas Produk.....	28
Tabel 4.5	Respon Jawaban Responden Pengetahuan Produk.....	29
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	31
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	32
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk.....	32
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.10	Hasil Analisis Model Regresi Linear Berganda	34
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi	35
Tabel 4.12	Hasil Uji t	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	8
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual.....	14