

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *AFTER SALES*
SERVICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT.
MAXIPRO GROUP INDONESIA CABANG JAKARTA**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

YAYAT HIDAYAT
NIM: 2411907807



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN
Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *AFTER SALES*
SERVICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT.
MAXIPRO GROUP INDONESIA CABANG JAKARTA**

Oleh:

Nama	: Yayat Hidayat
NIM	: 2411907807
Jurusan	: Manajemen

Telah Disetujui Dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 22 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,


M. Rifai Susanto SE, MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GIC I

Prof. Dr. Sri Gambir Melati, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *AFTER SALES*
SERVICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT.
MAXIPRO GROUP INDONESIA CABANG JAKARTA**

Oleh:

Nama : YAYAT HIDAYAT
NIM : 2411907807
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan Di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 22 Agustus 2023
Waktu : 10:20-11:40 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Ricky Rizkie, SE, MM

Anggota : Muhammad Aziz Winardi N, ST, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

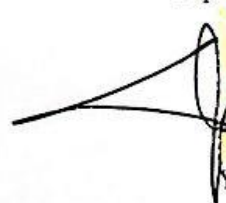
Nama : Yayat Hidayat
NIM : 2411907807
Jurusan : Manajemen
Nomor Ktp : 3208230507940002
Alamat : Dusun Manis Rt:007/RW:002, Kel/Desa: Cikeleng, Kec.
Japara Kabupaten Kuningan, Jawabarat.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harg, Kualitas Produk dan After Sales Service Terhadap Keputusan pembelian di PT. Maxipro Group Indonesia ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar keserjanaan saya apabila di kemudian hari di ketahui bahwa pernyataan ini tidak benar ada nya.

Depok, 22 Agustus 2023


10000
METERAI
TEMPEL
6189FAKX552194962
YAYAT HIDAYAT

ABSTRAK

YAYAT HIDAYAT. NIM 241.19.07807. PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *AFTER SALES SERVICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. MAXIPRO GROUP INDONESIA CABANG JAKARTA

Persaingan di dunia perdagangan saat ini sangat ketat, apalagi dengan adanya globalisasi. Perusahaan harus dapat memberikan keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan pesaingnya. Salah satu cara untuk memberikan keunggulan bersaing adalah dengan memberikan layanan purna jual yang baik. Layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya setelah mereka membeli produk dari perusahaan tersebut. Layanan purna jual dapat berupa konsultasi lanjutan, garansi, pemeliharaan, dan penyediaan suku cadang. Layanan purna jual yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta dapat membantu perusahaan untuk memenangkan persaingan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh harga, kualitas produk dan *after sales service* Terhadap Keputusan pembelian di PT. Maxipro Group Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian sampling dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara accident sampling. Adapun sampel tersebut berjumlah 133 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 78,60% faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga, kualitas produk dan *after sales service* sedangkan sisanya 21,40% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, kualitas produk dan *after sales service* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (99,005) > F_{tabel} (2,670)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (2,471)$ dan variabel kualitas produk menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (6,046)$ dimana $t_{tabel} (1,656)$ maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli di PT. Maxipro Group Indonesia. Adapun variabel *after sales service* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Maxipro Group Indonesia dengan nilai hasil analisis $t_{hitung} (1,060)$. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian di PT. Maxipro Group Indonesia adalah kualitas produk.

Kata kunci: harga, kualitas produk, *after sales service*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

YAYAT HIDAYAT. NIM 241.19.07807. PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN AFTER SALES SERVICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. MAXIPRO GROUP INDONESIA CABANG JAKARTA

Competition in the world of trade is currently very tight, especially with globalization. Companies must be able to provide a higher competitive advantage than their competitors. One way to provide a competitive advantage is to provide good after-sales service. After-sales service is a service provided by a company to its customers after they buy a product from the company. After-sales services can be in the form of advanced consultation, warranty, maintenance, and provision of spare parts. Good after-sales service can increase customer trust and loyalty, and can help companies to win the competition.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, product quality and after sales service on purchasing decisions at PT Maxipro Group Indonesia. The type of research used is sampling research with research methods in the form of data collection using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. The sample selection was carried out by accident sampling. The sample amounted to 133 respondents, using multiple linear regression analysis.

The regression test results show that 78.60% of the purchasing decision factors can be explained by price, product quality and after sales service while the remaining 21.40% is explained by other factors not examined in this study. Meanwhile, the results of the F test show that simultaneously the price, product quality and after sales service variables simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions with the results of the analysis, namely the F_{count} value $(99.005) > F_{tabel} (2.670)$. The t test results show that the price variable shows the results of the t_{count} analysis (2.471) and the product quality variable shows the results of the t_{count} analysis (6.046) where the $t_{table} (1.656)$, so partially the two variables have a positive and significant effect on purchasing decisions at PT Maxipro Group Indonesia. The after sales service variable does not have a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. Maxipro Group Indonesia with the value of the t_{count} analysis results (1.060) . The dominant variable influencing purchasing decisions at PT. Maxipro Group Indonesia is product quality.

Keywords: price, product quality, after sales service, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan After Sales Service Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Maxipro Group Indonesia ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang semakin gemar untuk melakukan pembelian di berbagai perusahaan retail. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui model retail seperti apa yang diinginkan masyarakat di masa yang akan datang.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Sri Gambir selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE., MM pembantu ketua satu SekolahTinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak M. Rifai Susanto, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai cumlaude.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan

penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Bpk Stephen Santoso selaku Owner PT. Maxipro Group Indonesia yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 22 Agustus 2023
Penulis,

YAYAT HIDAYAT
2411907807

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABLE	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Perumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan teori	7

2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2. Harga	8
2.1.3. Indikator Harga	10
2.1.4. Kualitas Produk	10
2.1.5. After Sales Service (Layanan Purna Jual).....	12
2.1.6. Keputusan Pembelian	13
2.2. Peneliti Terdahulu	15
2.3. Kerangka Konseptual	20
2.4. Hipotesis	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2. Jenis Penelitian.....	24
3.3. Populasi dan Sampel	24
3.3.1. Populasi	24
3.3.2. Sample	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.4. Devinisi Operasional Variabel	26
3.4.1. Variable Bebas	26
3.4.2. Variable Terikat.....	28
3.5. Teknik Analisis Data.....	30
3.5.1. Skala <i>likert</i>	30
3.5.2. Persamaan Regresi	32

3.5.3. Uji Kualitas Data	33
3.5.4. Uji Asumsi Klasik	35
3.5.5. Uji Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Hasil Penelitian	40
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	41
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan	42
4.1.4. Karakteristik Responden	42
4.1.5. Tanggapan Responden	43
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data	52
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2. Pembahasan.....	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Simpulan	66
5.2. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABLE

Tabel 1. 1 Penjualan PT. Maxipro Group Indonesia Tahun 2020-2022	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahlu.....	18
Table 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	23
Table 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	29
Table 3. 3 Angka Penafsiran	32
Table 4. 1 Karakteristik Responden.....	42
Table 4. 2 Tabel Responden Atas Variable Harga (X1)	44
Table 4. 3 Tabel Responden atas Variable Kualitas Produk (X2)	46
Table 4. 4 Tabel Responden atas Variabel After Sales Service (X3)	48
Table 4. 5 Tabel Responden atas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
Table 4. 6 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Harga	52
Table 4. 7 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	53
Table 4. 8 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel After Sales Service.....	53
Table 4. 9 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Table 4. 10 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Table 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	58
Table 4. 12 Hasil Uji Regresi Berganda	59
Table 4. 13 Hasil Uji F	60
Table 4. 14 Koefisien Determinasi.....	61
Table 4. 15 Hasil Uji t (Uji Parsial)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	21
Gambar 4. 1 Stuktur Organisasi PT. Maxipro Indonesia.....	41
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	56
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian	70
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 3 Tabulasi data.....	74
Lampiran 4 Hasil Output Spss	75
Lampiran 5 Kartu Bimbingan	82
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	82
Lampiran 7 Tabel r, F dan t.....	84