

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala puji syukur penulis mengucapkan kehadiran Allah Subhanallahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan sejak penulis mencari ide, mengajukan, menyusun, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Suplement Food Holisticare Ester-C* Di Apotek Global Medan" untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area. Shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Dengan rendah hati penulis mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA** selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak **Dr. Ihsan Effendy, SE, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu **Adelina Lubis, SE, M.Si** selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Bapak **Drs. Patar Marbun, M.Si** selaku dosen pembimbing I skripsi yang telah banyak membantu dan tulus ikhlas membimbing skripsi ini.
5. Ibu **Adelina Lubis, SE, M.Si** selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya guna membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu **Hesty Sabrina, SE, M.Si** selaku sekretaris.
7. Yang tercinta tersayang buat Ayahanda **Syawaluddin, SE.** dan Ibunda **Dina Indarsita, SST, S.Pd, M.Kes** yang telah mengasuh, mendidik, membimbing serta memberikan dukungan dan doa restunya sehingga saya telah menyelesaikan pendidikan hingga ke perguruan tinggi.

8. Buat Kakakku **Annisa Zahirah, S.Psi**, **Husna Dwita, SP**, dan Adikku **Mhd.NurCholis** yang telah mendukung dan telah memberikan motivasinya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Buat teman-teman yang sudah membantu dalam keadaan suka dan duka, Junaidy Syahputra, Rahmatsyah MZ, SM, Dassy Purnama Sari, Teman MCB, Dan seluruh teman-teman saya stambuk 2013 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu dalam memberikan bantuan baik dalam perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penyajian skripsi ini. Untuk itu penulis membuka diri atas kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat didiskusikan dan dipelajari demi kemajuan wawasan dan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi kita semua.

Wassalamualaikum, Wr.Wb.

Medan, Juli 2017

Penulis

ULFANI TRISYA

DAFTAR ISI

	HALAMAN
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Uraian Teori.....	7
1. Pengertian Kualitas Produk.....	7
2. Manfaat Dan Tujuan Produk.....	8
3. Indikator Penilaian Kualitas Produk	9
4. Pengertian Promosi	10
5. Manfaat Dan Tujuan Promosi	11
6. Bauran Promosi (<i>Mix Marketing</i>)	12
7. Indikator Penilaian Promosi	14
8. Pengertian Perilaku Konsumen	16
9. Pengertian Pengambilan Keputusan	18
10 Jenis-jenis Perilaku Pengambilan Keputusan	21
11 Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian.....	24
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Konseptual	27
D. Hipotesis	28
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	29
B. Populasi dan Sampel	30
C. Definisi Operasional Variabel	31
D. Jenis dan Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	32

F. Teknik Analisis Data.....	34
1. Uji Kualitas Data.....	34
2. Uji Statistik	35
3. Uji Asumsi Klasik	35
4. Uji Hipotesis	37
5. Uji Determinasi	38
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Sejarah Singkat Apotek Global.....	39
2. Struktur Organisasi Apotek Global.....	39
3. Identitas Responden	41
4. Deskripsi Variabel Penelitian	43
B. Pembahasan	50
1. Hasil Analisis Data.....	50
a. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	50
b. Uji Statistik.....	52
c. Uji Asumsi Klasik.....	54
d. Uji Hipotesis.....	58
e. Uji Koefisien Determinasi.....	60
2. Perbandingan Hasil Penelitian	61
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	64
 DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1	Batasan Operasional Dan Indikator Variabel	31
Tabel 3.2	Pengukuran Skala <i>Likert's</i>	33
Tabel 4.1	Daftar Struktur Organisasi Apotek Global	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.6	Pengukuran Skala <i>Likert's</i>	44
Tabel 4.7	Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	44
Tabel 4.8	Jawaban Responden Variabel Promosi.....	46
Tabel 4.9	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1).....	50
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Promosi (X_2)	51
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	51
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 , X_2 , dan Y	52
Tabel 4.14	Persamaan Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.16	Hasil Uji t	58
Tabel 4.17	Hasil Uji f	59
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Apotek Global.....	40
Gambar 4.2 Grafik Histogram Normalitas	54
Gambar 4.3 Kurva PP-Plots	55
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran - 1 Kuesioner Penelitian	67
Lampiran - 2 Hasil Jawaban Responden	70
Lampiran - 3 Hasil Pengolahan Data SPSS.....	73
Lampiran - 4 Daftar Tabel	

