

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK BISKUIT MASA
TREND BULAN RAMADHAN DI PT. ANUGERAH INDAH MAKMUR KOTA
TANGERANG**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada
Program Studi Manajemen



SEPTIAN RIFKI
NIM : 2018121020032

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN
JAKARTA
2022

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BISKUIT PADA MASA TREND BULAN RAMADHAN 1443 H DI PT. ANUGERAH INDAH MAKMUR.


Nama : Septian Rifki

Nim : 2018121020032

Prodi/Konsentrasi : S1 Manajemen / Manajemen Pemasaran

Telah diujikan pada tanggal **27 Agustus 2022** dihadapan Tim Penguji Sidang Skripsi dan dinyatakan Lulus.

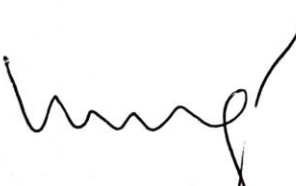
Pembimbing,


Imal Istimal, S.E., M.Si.
NIDN : 0311057505


Penguji,


Husnavetti, S.E., M.M.
NIDN : 0303036702

Ketua Program Studi Manajemen,


Uki Masduki, S.E., M.Si.
NIDN : 0314068301

Wakil Rektor I Bidang Akademik



Sutia Budi, SE., M. Si.
NIDN : 09057901

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskuit Masa Trend Bulan Ramadhan 1443 H Di PT. Anugerah Indah Makmur”. Adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini. Jika di kemudian hari ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sesuai aturan yang berlaku.

Jakarta, 27 Agustus 2022



Septian Rifki

NIM : 2018121020032

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah Robbil'Alamin, puji syukur panjatkan kehadiran Allah SWT.
Atas limpahan rahmatNya, sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir
saya dengan baik. Karya ini saya persembahkan untuk :
Ayahanda Bapak Abdul Hamid, yang menyisihkan rezeki untuk melanjutkan
pendidikan tinggi nya di kampus ITB Ahmad Dahlan dan sudah
mendedikasikan hidupnya untuk keluarga.
Ibunda tercinta Evi Handriani yang selalu membasahi bibirnya dengan doa-
doa untuk kesuksesan anak-anaknya.
Kaka kandung dan kaka ipar tercinta yang selalu memberikan ilmu dan doa
kepada adik-adiknya agar mereka menjadi orang yang sukses sepertinya.
Adik-adikku yang selalu memberikan semangat dan pengorbanan yang tak
terhingga.
Serta semua pihak yang memberikan peran dalam setiap kehidupan penulis
yang tidak bisa disebutkan satu persatu*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala Rahmat dan hidayahnya. Tak lupa pula sholawat beriring salam kita haturkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW, kepada sahabatnya, keluarganya dan tak lupa para pengikutnya sampai akhir zaman nanti. Alhamdulillah dengan ridho Allah SWT, sampailah pada tersusunnya Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskuit Pada Masa Trend Bulan Ramadhan 1443 H Di PT. Anugerah Indah Makmur”.

Penulisan Skripsi ini adalah syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen Program studi S1 Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta. Dalam penulisan laporan ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari banyak pihak. Atas rampungnya skripsi ini, saya mengucapkan terimakasih kepada Bapak Imal Istimal S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing saya, serta dosen penguji.

Akhir kata, semoga karya ini mendatangkan manfaat bagi saya dimasa depan, bagi pembaca, dan bagi peneliti selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Jakarta, 27 Agustus 2022

Septian Rifki

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PENYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR DIAGRAM	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembatasan Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB III METODE PENELITIAN	12
3.1 Desain Penelitian.....	12
3.2 Objek dan Waktu Penelitian.....	12
3.2.1 Objek Penelitian	12
3.2.2 Waktu Penelitian	12
3.3 Variabel Penelitian	13
3.3.1 Variabel <i>Independen</i>	13
3.3.2 Variabel <i>Dependen</i>	13
3.4 Operasionalisasi Variabel	13
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	15
3.6.1 Populasi.....	15
3.6.2 Sampel.....	16

3.7 Teknik Analisis Data.....	16
3.7.1 Uji Kualitas Data.....	173.
7.2 Uji Asumsi Klasik.....	18
3.7.3 Analisa Regresi Linier Berganda.....	20
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Sejarah Perusahaan.....	23
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	24
4.2.1 Visi Perusahaan.....	24
4.2.2 Misi Perusahaan.....	24
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	24
4.3.1 Karakteristik Responded	25
4.3.2 Variabel X1	29
4.3.3 Variabel X2	33
4.3.4 Variabel Y.....	37
4.4 Uji Kualitas Data.....	43
4.4.1 Uji Validitas	43
4.4.2 Uji Reliabilitas	45
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.5.1 Uji Normalitas.....	46
4.5.2 Uji Multikolineralitas	47
4.5.3 Uji Autokorelasi	47
4.6 Regresi Linier Berganda	49
4.7 Pengujian Hipotesis.....	50
4.7.1 Uji T	50
4.7.2 Uji F	52
4.7.3 Analisa Koefisiensi Korelasi Berganda	53
4.7.4 Koefisiensi Diterminasi.....	55
4.8 Hasil Interpretasi	55
4.8.1 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	55

4.8.2 Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	56
4.8.3 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan (X1) dan Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Operasional Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	13
Table 3.2 Operasional Variabel Promosi.....	14
Table 3.3 Operasional Variabel Keputusan Pembelian	14
Table 3.4 Skala Likert.....	17
Table 3.5 Kriteria pengambilan keputusan pada uji Durbin – Watson.....	19
Table 3.6 Interpretasi Koefisiensi Berganda.....	21
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif	24
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi	25
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	27
Tabel 4.5 Frekuensi Berdasarkan Membeli Produk Pada Bulan Ramadhan 1443 H	28
Tabel 4.7 Saya Mmberi Produk Karena Perusahaan Memberikan Semacam Nilai Keuntungan Kepada Konsumen	29
Tabel 4.8 Perusahaan Mewujudkan Kinginan Komsumen dalam Menentukan Produk Untuk Memenuhi Kebutuhannya	30
Tabel 4.9 Saya Membeli Produk Karena Pelayanan pada Perusahaan Memberikan yang Terbaik untuk Konsumen.....	30
Tabel 4.10 Ketika Saya Mmbeli Produk Perusahaan Menjamin Keamanan dalam Transaksi agar Tidak Ada Gangguan dari Pihak Lain.....	31
Tabel 4.11 Perusahaan Memberikan Informasi Tentang Produknya Kepada Konsumen Sesuai Fakta	31
Tabel 4.12 Kualitas pada Produk Memiliki Nilai yang Baik Mmbuat Saya Ingin Memiliki Produknya	32
Tabel 4.13 Rangkuman Tanggapan Pernyataan Terhadap Variabel Independen (XI)	32
Tabel 4.14 Perusahaan Memperkenalkan Produk Kepada Saya dengan Melakukan Komunikasi Secara Langsung	33

Tabel 4.15 Produk yang dimiliki Perusahaan Mempunyai Pemahaman yang Baik dan Mudah dipahami	34
Tabel 4.16 Saya Membeli Produk Karena Melihat diiklankan oleh Perusahaan.....	34
Tabel 4.17 Produk yang diiklankan pada Perusahaan Sesuai dengan Informasinya	35
Tabel 4.18 Saya Ingin Membeli Produk Karena Perusahaan Memberikan Potngan Harga Kepada Konsumen	35
Tabel 4.19 Saya Membeli Produk dengan Jumlah yang Banyak Karena adanya Potongan Harga Maupun Hadiah.....	36
Tabel 4.20 Rangkuman Tanggapan Pernyataan Terhadap Variabel Independen (X2)	36
Tabel 4.21 Saya Membeli Produk Karena Memiliki Pemahaman yang Cukup Baik untuk Membelinya	37
Tabel 4.22 Saya Membeli Produk Karena Perusahaan Memberikan Informasi Mengenai Produknya Sesuai dengan Fakta	38
Tabel 4.24 Saya Membeli Produk pada Setiap Bulan Ramadhan Karena Sudah Mempercayai Produknya	39
Tabel 4.25 Saya Memberikan Informasi Kepada Orang Lain Mengenai Produk yang Saya Miliki agar Orang Lain Membelinya	39
Tabel 4.26 Saya Memberikan Informasi Mengenai Produk Karena Saya Mempunyai Pengalaman yang Memuaskan	40
Tabel 4.27 Saya Tidak Melihat Kompetitor Lain untuk Memiliki Suatu Produk yang Sama	41
Tabel 4.28 Saya Membeli Produk dengan Jumlah yang Banyak	41
Tabel 4.29 Rangkuman Tanggapan Pernyataan Terhadap Variabel Dependan (Y).....	42
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan (X1)	43
Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Promosi (X2)	44
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	45
Tabel 4.34 Uji Normalitas Kolmogorov Sminorv	46

Tabel 4.35 Uji Multikolineralitas	47
Tabel 4.36 Uji Autokorelasi Durbin Watson	48
Tabel 4.37 Kriteria pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson	48
Tabel 4.38 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.39 Uji T	50
Tabel 4.40 Rangkuman hasil uji t	51
Tabel 4.41 Uji F	52
Tabel 4.42 Koefisiensi Korelasi	53
Tabel 4.43 Hasil perhitungan koefisiensi korelasi berganda	54
Tabel 4.44 Uji Koefisiensi Determinasi	5

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.7 Responden Berdasarkan Lokasi.....	25
Diagram 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Klamen.....	26
Diagram 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	27
Diagram 4.4 Frekuensi Dalam Membeli Produk.....	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.8 Krangka Pemikiran	10
------------------------------------	----

