

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *PRODUCT*
KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PELANGGAN
PT. SANTANI SEJAHTERA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
TANIA SURYA JAYA
191010014**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *PRODUCT KNOWLEDGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PT. SANTANI SEJAHTERA

Nama : TANIA SURYA JAYA

Nim : 191010014

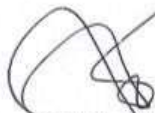
Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui oleh:

Tim Pembimbing

Pembimbing I,



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

Pembimbing II,



Desma Erica Marvati M., S.Pd., M.Si.
NIDN : 0104127904

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *PRODUCT*
***KNOWLEDGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PT.SANTANI**
SEJAHTERA

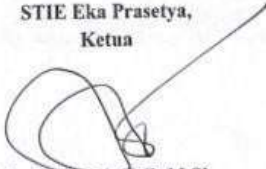
Nama : Tania Surya Jaya
NIM : 191010014
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 11 Mei 2023
Dewan Penguji,

Penguji I : Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M. (Hes)
NIDN : 0112027303

Penguji II : Muhammad Ali Akbar, SE., M.M. (Ali)
NIDN : 0115088601

STIE Eka Prasetya,
Ketua


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil Atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut diatas maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Tania Surya Jaya
NIM	191010014
Judul Skripsi	Pengaruh Kualitas Produk Dan <i>Product Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera
Pembimbing Skripsi yang diusulkan :	
Pembimbing -I	Dr. Sri Rezeki.,S.E., M.Si.
Pembimbing -II	Desma Erica Maryati M.,S.Pd.,M.Si.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 11 Mei 2023



Tania Surya Jaya
191010014

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *PRODUCT KNOWLEDGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PT. SANTANI SEJAHTERA”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ibu Dr. Sri Rezeki S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
5. Ibu Desma Erica Maryati M S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.

9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 11 Mei 2023
Penulis

Tania Surya Jaya
191010014

ABSTRAK

Tania Surya Jaya, 191010014, 2023, Pengaruh Kualitas Produk dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera, STIE Eka Prasetya, Program, Studi Manajemen, Pembimbing I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II : Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu yang diperoleh dalam bentuk angka dan bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Santani Sejahtera sebanyak 163 pelanggan. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah rumus Slovin dan berjumlah sebanyak 116 responden.

Data analisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **$\text{Keputusan Pembelian} = 7.061 + 0,356 \text{ Kualitas Produk} + 0,491 \text{ Product Knowledge} + e$** . Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 4.843 > t_{tabel} 1,98099$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Product Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 6.204 > t_{tabel} 1,98099$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan *Product Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera berdasarkan hasil uji secara simultan yaitu nilai $F_{hitung} 45.693 > F_{tabel} 3.08$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai *R Square* adalah sebesar 0,447 berarti Kualitas Produk dan *Product Knowledge* dapat menjelaskan Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera sebesar 44.7% dan sisanya 55.3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti kualitas pelayanan dan citra perusahaan

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Product Knowledge*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Tania Surya Jaya, 191010014, 2023, The Influence of Product Quality and Product Knowledge on Purchasing Decisions of PT. Santani Sejahtera, STIE Eka Prasetya, Program, Management Studies, Advisor I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Sc., Advisor II : Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.

This study aims to determine the effect of Product Quality and Product Knowledge on Customer Purchasing Decisions of PT. Prosperous Santani. The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which is obtained in the form of numbers and numbers. Source of data in the form of primary data and secondary data. The population in this study are consumers at PT. Santani Sejahtera as many as 163 customers. The sampling technique used in this study was the Slovin formula and there were 116 respondents. Data analysis using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the purchasing decision equation = $7.061 + 0.356 \text{ Product Quality} + 0.491 \text{ Product Knowledge} + e$. The results of the research analysis show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. Santani Sejahtera based on partial test results, namely $t_{\text{count}} 4.843 > t_{\text{table}} 1.98099$ and a significant value of $0.000 < 0.05$. The results of the study show that Product Knowledge has a positive and significant effect on Purchasing Decisions at PT. Santani Sejahtera based on partial test results, namely $t_{\text{count}} 6.204 > t_{\text{table}} 1.98099$ and a significant value of $0.000 < 0.05$. The results showed that product quality and product knowledge had a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. Santani Sejahtera based on simultaneous test results, namely the value of $F_{\text{count}} 45,693 > F_{\text{table}} 3.08$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. The results of this study are supported by the value of R Square which is equal to 0.447, meaning that Product Quality and Product Knowledge can explain Purchasing Decisions at PT. Santani Sejahtera is 44.7% and the remaining 55.3% is influenced by other variables outside of this study such as service quality and corporate image.

Keywords: Product Quality, Product Knowledge, Purchase Decision

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN PLAGIATRISME

KATA PENGANTAR.....v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

MOTTO ix

PERSEMBAHAN.....x

DAFTAR ISI.....xi

DAFTAR TABEL.....xvi

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah 4

1.3 Batasan Masalah.....5

1.4 Rumusan Masalah 5

1.5 Tujuan Penelitian 5

1.6 Kegunaan Penelitian.....6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1	Tinjauan Pustaka	7
2.1.1	Teori Tentang Keputusan Pembelian.....	7
2.1.1.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	7
2.1.1.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.3	Indikator Keputusan Pembelian	10
2.1.2	Teori Tentang Kualitas Produk	11
2.1.2.1	Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.1.2.2	Strategi Meningkatkan Kualitas Produk	13
2.1.2.3	Indikator Kualitas Produk	14
2.1.3	Teori Tentang <i>Product Knowledge</i>	14
2.1.3.1	Pengertian <i>Product Knowledge</i>	14
2.1.3.2	Jenis-Jenis <i>Product Knowledge</i>	16
2.1.3.3	Indikator <i>Product Knowledge</i>	17
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Konseptual	19
2.4	Hipotesis.....	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.1.1	Lokasi Penelitian	21
3.1.2	Waktu Penelitian.....	21

3.2	Jenis dan Sumber Data	21
3.2.1	Jenis Data	21
3.2.2	Sumber Data.....	22
3.3	Populasi dan Sampel	23
3.3.1	Populasi.....	23
3.3.2	Sampel.....	23
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6	Metode Analisis Data.....	26
3.6.1	Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Variabel	26
3.6.1.1	Uji Validitas	26
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	26
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.7.1	Uji Normalitas.....	27
3.7.2	Uji Multikolinearitas	29
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
3.9	Pengujian Hipotesis.....	31
3.9.1	Uji t (Uji Secara Parsial)	31
3.9.2	Uji F (Uji Secara Serempak).....	32
3.9.3	Uji R ² (Koefisien Determinasi)	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian	35
------	------------------------	----

4.1.1. Sejarah Singkat PT. Santani Sejahtera	35
4.1.2. Visi dan Misi PT. Santani Sejahtera	35
4.1.3. Struktur Organisasi PT. Santani Sejahtera	36
4.1.4. Karakteristik Responden	39
4.1.4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.1.4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.1.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	40
4.1.5.1. Uji Validitas	40
4.1.5.2. Uji Reliabilitas.....	43
4.1.6. Uji Asumsi Klasik.....	45
4.1.6.1. Uji Normalitas	45
4.1.6.2. Uji Multikolinearitas	49
4.1.6.3. Uji Heteroskedastisitas	50
4.1.7. Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.1.8. Uji Hipotesis.....	54
4.1.8.1. Uji t (Uji Secara Parsial).....	54
4.1.8.2. Uji F (Uji Secara Simultan).....	56
4.1.9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.2. Pembahasan	65
4.2.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	58

4.2.2. Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap Keputusan Pembelian	59
4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Product Knowledge</i> terhadap Keputusan Pembelian	59

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Implikasi Manajerial.....	62
5.3. Saran Akademis.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN RISET

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan PT. Santani Sejahtera.....	2
Tabel 1.2	Daftar Produk PT. Santani Sejahtera	3
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Knowledge</i> (X2)	42
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Product Knowledge</i> (X2)	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.9	Hasil Uji One Kolmogorov-Smirnov.....	49
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.12	Hasil Uji t (Uji Secara Parsial).....	55
Tabel 4.13	Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)	56
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Santani Sejahtera	37
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	47
Gambar 4.3 Grafik Normal P-P Plot.....	48
Gambar 4.4 Grafik Heteroskedastisitas.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Tabulasi Kuisisioner Uji Validitas

Lampiran 3 : Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 : Tabulasi Kuisisioner Responden

Lampiran 5 : Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini sektor pertanian sudah semakin berkembang dan juga semakin diminati oleh konsumen. Adanya perkembangan sektor pertanian ini juga membuat kebutuhan akan alat-alat untuk produksi di sektor pertanian tersebut juga turut meningkat. adanya kebutuhan tersebut yang membuat produsen untuk keperluan pertanian seperti pupuk dan juga pestisida semakin berkembang. Salah satu dari produsen tersebut adalah PT. Santani Sejahtera. PT Santani Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi pupuk urea yang digunakan untuk tanaman. PT Santani Sejahtera Medan telah berdiri sejak tahun 2001 dan memiliki berbagai pelanggan yang melakukan pembelian pada perusahaan ini kemudian retail kepada pelanggan lainnya. Perusahaan ini selalu memberikan informasi bagi pelanggan yang ingin mengetahui tentang produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan tersebut. Perusahaan menginginkan setiap produk yang diperjualkan dapat memenuhi kepuasan pelanggan baik dari cara penggunaan produk sampai menghasilkan manfaat bagi pelanggan yang menggunakannya. Namun penjualan pada perusahaan ini mengalami penurunan yang dimana penurunan ini disebabkan karena menurunnya keputusan pembelian dari pelanggan perusahaan.

Menurut Arfah (2022:4), Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Proses keputusan konsumen bukanlah berakhir dengan pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan

produk yang dibeli tersebut. Pengalaman itu akan menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pembelian di masa depan. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya.

Tabel 1.1
Data Penjualan PT. Santani Sejahtera

Tahun	Penjualan	Persentase Pencapaian
2018	13.261.080.000	8%
2019	12.694.080.000	-4%
2020	12.158.475.000	-4%
2021	11.860.485.000	-2%
2022	11.413.395.000	-4%

Sumber: PT. Santani Sejahtera, 2023

Dari tabel 1.1 diatas dapat terlihat bahwa penjualan perusahaan dari ketahun mengalami penurunan dimana perusahaan yang mengalami penurunan ini disebabkan karena keputusan pembelian dari pelanggan perusahaan yang mengalami penurun. Ada beberapa penyebab yang membuat keputusan pembelian menjadi menurun diantaranya dipengaruhi oleh faktor kualitas produk.

Menurut Mursidi, dkk (2020:31) Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide. Kualitas produk merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan dikarenakan kualitas produk perusahaan

yang baik, konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk yang di tawarkan perusahaan sehingga penjualan perusahaan akan semakin meningkat.

Tabel 1.2
Daftar Produk PT. Santani Sejahtera

No	Jenis Produk	Kualitas Produk
1	Neem Spray	Dapat membunuh hama dan tidak berdampak pada tanaman
2	Pestisida Nabati	Menyuburkan tanaman dan membantu percepatan pertumbuhan tanaman
3	Poston	Dapat membunuh hama jangkrik dengan maksimal
4	Phefoc HCS	Dapat menghilangkan hama dengan ukuran yang lebih besar seperti tikus
5	Insektisida Pegasus	Efektif membunuh jangkrik

Sumber: PT. Santani Sejahtera, 2023

Namun kualitas produk pada PT. Santani Sejahtera ini mengalami masalah dimana produk pestisida yang ditawarkan kepada pelanggan dianggap kurang untuk membunuh hama tanaman yang dimana terlihat dari adanya keluhan dari pelanggan dan menurunnya penjualan dari produk ini. Selain itu pupuk yang dikirim kepada pelanggan masih tergolong cukup basah yang membuat pupuk menjadi lebih sulit untuk di aplikasikan. Hal tersebutlah yang menyebabkan menurunnya keputusan pembelian dari pelanggan perusahaan.

Selain itu *product knowledge* juga mempengaruhi keputusan pembelian dari pelanggan dimana pengetahuan pengetahuan produk sangat penting dalam bidang pertanian guna untuk menjaga tanaman tetap subur. Pengetahuan yang baik akan produk-produk yang ditawarkan juga akan membuat pelanggan menjadi lebih tertarik akan produk yang ditawarkan. Namun pengetahuan produk untuk penggunaan pestisida dan juga bibit tanaman yang ditawarkan kepada pelanggan kurang tepat dimana karyawan toko memberitahukan tata cara penggunaannya

namun tidak sesuai dengan anjuran pakai. Hal ini tentu akan berdampak sekali terhadap tanaman terutama tanaman sawit. Selain itu, karyawan juga kurang mengetahui kegunaan dari beberapa produk yang ditawarkan yang dimana terlihat dari adanya pelanggan mendapatkan informasi yang salah dari karyawan tersebut sehingga membuat pelanggan menjadi ragu untuk membeli produk tersebut. Hal ini terjadi dikarenakan kurangnya pelatihan perusahaan kepada karyawannya sehingga mengakibatkan karyawan menjadi kurang mengetahui produk yang ditawarkan dan juga dari karyawan sendiri juga memiliki rasa kepedulian akan pekerjaannya yang rendah membuat karyawan menjadi kurang memperhatikan pekerjaan yang diberikan.

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi “**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *PRODUCT KNOWLEDGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PT. SANTANI SEJAHTERA.**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, disinyalir bahwa adanya penurunan penjualan pada PT. Santani Sejahtera yang disebabkan oleh:

1. Produk yang ditawarkan kepada konsumen tidak dapat berfungsi dengan maksimal sehingga mengakibatkan konsumen menjadi kecewa akan produk yang ditawarkan.

2. Kurangnya pengetahuan produk dari karyawan yang mengakibatkan pelanggan menjadi kurang yakin untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X_1), *Product Knowledge* (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y), pengambilan data dilakukan pada penjualan PT. Santani Sejahtera.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera?
2. Apakah ada pengaruh *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera?
3. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera
2. Untuk mengetahui pengaruh *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan *Product Knowledge* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera.

1.6 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan
Sebagai sumbangan pemikiran dan masukan dimana penelitian ini menjadi sumber perbaikan untuk kemajuan perusahaan.
2. Bagi Akademik
Sebagai bahan studi kepustakaan dan memperkaya penelitian ilmiah, khususnya mengenai Keputusan Pembelian Pelanggan yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan *Product Knowledge* dan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan informasi bagi pihak yang berkepentingan untuk mengkaji masalah yang sama di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Teori Tentang Keputusan Pembelian

2.1.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian

Ketika konsumen membutuhkan sesuatu, konsumen akan mencari produk yang akan di cari sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Apabila konsumen sudah menemukan apa yang dibutuhkan dan sesuai dengan kriteria tersebut maka konsumen akan melakukan keputusan untuk produk atau jasa tersebut.

Menurut Firmansyah (2018:48), Keputusan Pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternative tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:123), Pengambilan Keputusan Konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran.

Menurut Arfah (2022:4), Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian

Menurut Wasito, dkk (2022:3), Keputusan pembelian merupakan tahap ketika konsumen telah memiliki pilihan dan telah siap melakukan pembelian.

Menurut Gunawan (2022:9), Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam keputusan pembelian terhadap suatu produk barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu guna menjatuhkan pilihan yang secara langsung terlibat dalam keputusan pembelian dan telah siap melakukan pembelian.

2.1.1.2. Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Faktor-faktor yang utama mempengaruhi perilaku Pembelian menurut Abdullah dan Tantri (2017 : 112-123) adalah sebagai berikut :

1. Faktor Budaya

Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luar dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor budaya dibagi 3, yaitu :

- a. Kultur : adalah determinan paling fundamental dari keinginan seseorang.
- b. Sub kultur : setiap kultur terdiri dari sub kultur yang lebih kecil yang memberikan identitas dari sosialisasi yang lebih spesifik bagi para anggotanya. Subkultur mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras dan daerah geografis.
- c. Kelas sosial : kelas sosial adalah divisi atau kelompok yang relative homogeny dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hirarki dan anggota-anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang hampir mirip.

2. Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial.

- a. Kelompok acuan : terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
- b. Keluarga : anggota keluarga merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh. Keluarga dibedakan menjadi dua dalam kehidupan pembelian, yaitu keluarga orientasi terdiri dari orang tua dan keluarga prokreasi yakni pasangan hidup.
- c. Peran dan status : seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya. Posisi orang tersebut dalam setiap kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status.

3. Faktor pribadi

Faktor pribadi dibagi menjadi :

- a. Usia : orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya, sesuai dengan usia dan kebutuhannya.
- b. Pekerjaan : pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya.
- c. Gaya hidup : orang-orang yang berasal dari subkultural, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.

4. Faktor psikologis

- a. Motivasi : adalah kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang untuk bertindak.
- b. Persepsi : seseorang yang termotivasi tersebut akan benar-benar bertindak dipengaruhi persepsinya mengenai situasi tertentu.

- c. Keyakinan : melalui bertindak dan belajar, orang-orang memperoleh keyakinan dan sikap.

2.1.1.3. Indikator Keputusan Pembelian

Untuk mengetahui sejauh mana keputusan konsumen dalam melakukan pembelian maka dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator yang dimana menurut Priansah (2017:481), Dimensi keputusan pembelian terdiri atas sebagai berikut.

1. Pilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan

2. Pilihan merek

Konsumen harus memutuskan jenis merek yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui cara konsumen memilih: sebuah merek, apakah berdasarkan ketertarikan, kebiasaan, atau kesesuaian.

3. Pilihan saluran pembelian

Konsumen harus mengambil keputusan tentang jenis penyalur yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur, misalnya faktor lokasi, harga, persediaan

4. Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali, tiga minggu sekali, satu bulan sekali, dan sebagainya.

5. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang jumlah produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian dilakukan mungkin lebih dari satu. Oleh karena itu, perusahaan harus mempersiapkan jumlah produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari setiap pembeli.

2.1.2. Teori Tentang Kualitas Produk

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk

Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen.

Menurut Nugroho (2019:76), Kualitas produk merupakan keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan.

Menurut Mursidi, dkk (2020:31) Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya

memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide.

Menurut Haryanto (2020:21), Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya.

Menurut Astuti & Matondang (2020:7), Kualitas produk adalah sebuah faktor dari produk tersebut yang dapat diukur nilai-nilainya dari produk tersebut apakah di bawah standar, di atas standar, atau sesuai standar.

Menurut Putra, dkk (2021:92), Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk atau jasa untuk melaksanakan fungsinya dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti keandalannya, daya tahan yang dimilikinya, nilai kemudahannya, kebutuhannya akan perbaikan, serta nilai-nilai lainnya yang juga perlu diperhatikan. Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan konsumen.

Menurut Warella, dkk (2021:20), Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk atau jasa yang dapat diukur nilai-nilainya hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya.

2.1.2.2. Strategi Meningkatkan Kualitas Produk

Untuk meningkatkan kualitas produk dapat digunakan beberapa strategi yang dimana menurut Tjiptono (2017:106), setiap produsen akan berusaha untuk meningkatkan kualitas dari produknya. Di dalam menciptakan dan meningkatkan kualitas produk, setiap perusahaan harus melaksanakan strategi, yaitu:

1. Penyempurnaan kualitas

Penyempurnaan kualitas ditujukan untuk meningkatkan faedah fungsional produk dan termasuk masalah keawetan produk, kecepatan dan cita rasanya.

2. Penyempurnaan ciri khas produk

Strategi penentu kualitas ini, ditujukan untuk menambah ciri khas produk tertentu yang dapat meningkatkan keserbagunaan, pendayagunaan, keselamatan, dan kenyamanan pemakainya produk.

3. Perteknikan

Strategi perteknikan dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk. Strategi ini dapat meningkatkan ciri keselamatan cara pemakaiannya produk yang bersangkutan.

4. Keanekaragaman

Strategi ini dapat digunakan untuk keanekaragaman produk, pendayagunaan produk untuk kepentingan konsumen.

5. Penyempurnaan corak

Strategi ini ditujukan untuk perbaikan corak (*style*) produk, agar mempunyai daya tarik estetika yang menarik bagi kepentingan konsumen.

6. Pernyataan kualitas produk

Pernyataan kualitas produk dapat dinyatakan:

- a. Keterangan produk yang sudah dikenal konsumen misalnya "Prima" dan "Superior".
- b. Menyebutkan istilah, misalnya untuk karet "Smoked sheet" dan untuk kopra "Molukkeen mixed".

2.1.2.3. Indikator Kualitas Produk

Untuk mengukur kualitas dari suatu produk maka dapat digunakan beberapa indikator yang dimana menurut Nugroho (2019:76), untuk mengukur kualitas dari suatu produk dibutuhkan indikator-indikator yang digunakan. Untuk itu kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain:

1. Kemudahan penggunaan
2. Daya tahan
3. Kejelasan fungsi
4. Keragaman ukuran produk.

2.1.3 Teori Tentang *Product Knowledge*

2.1.3.1 Pengertian *Product Knowledge*

Pengetahuan mengenai suatu produk merupakan suatu hal yang paling penting serta sangat harus dikomunikasikan oleh seorang produsen dalam memberikan petunjuk atas produk yang ditawarkannya kepada seorang konsumen. Segala upaya promosi yang dilakukan oleh seorang pemasar dimana bertujuan guna

memberikan edukasi atau pengetahuan kepada seorang konsumen khususnya dalam hal keunggulan apa yang dimiliki produknya tersebut dan tentu tidak dimiliki oleh produk yang lainnya.

Menurut Firmansyah (2018:66), Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk.

Menurut Herdianto (2016:88), Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk yang meliputi kategori produk, merek, terminolog produk, atribut, fitur produk, harga, dan kepercayaan mengenai produk.

Menurut IBI (2018:311), *Product Knowledge* (Pengetahuan Produk) adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk..

Menurut Syahriadi, dkk (2021:133), *Product Knowledge* adalah Merupakan sebuah pengetahuan mengenai produk terkait dan berhubungan dengan pemasaran dan penjualan..

Menurut Suprpto dan Wahyuddin (2020:20), Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk yang meliputi kategori produk, merek, teminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk yang berhubungan dengan pemasaran dan penjualan.

2.1.3.2 Jenis-Jenis *Product Knowledge*

Ada beberapa jenis pengetahuan produk yang dimana dikemukakan oleh Herdianto (2016:88), pada saat ini ada beberapa jenis pengetahuan dari produk. Ada Tiga jenis pengetahuan produk, yaitu:

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk.

Seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik produk tersebut. Jika membeli suatu mobil, maka mobil yang dipilih harus memiliki atribut warna, model, tahun pembuatan, jumlah cc, merek, manual atau otomatis, dan sebagainya.

2. Pengetahuan tentang manfaat produk.

Jenis pengetahuan produk yang kedua adalah tentang manfaat produk. Konsumen membeli mobil, karena mengetahui manfaat produk tersebut untuk mengatasi problem transportasinya (urusan pekerjaan atau keluarga). Secara umum terdapat dua jenis manfaat yang dirasakan pelanggan:

- a. Manfaat Fungsional

Manfaat yang dirasakan konsumen secara fisiologis dan fungsi dari produknya. Misal mobil untuk perjalanan atau transpor kegiatan kerja dan keluarga.

- b. Manfaat Emosional

Manfaat dari aspek psikologis (perasaan, emosi, dan mood) dan aspek sosial. Seseorang membeli mobil mewah sebagai kendaraan sehari-harinya, maka orang di sekelilingnya akan menilainya sebagai orang sukses.

3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.
Kita harus memastikan bahwa konsumen menggunakan produknya dengan benar. Kesalahan penggunaan bisa saja menyebabkan produk tidak berfungsi dengan baik. Akibatnya konsumen akan kecewa. Oleh karena itu penjelasan mengenai cara menggunakan produk merupakan syarat penting.

2.1.3.3 Indikator *Product Knowledge*

Dalam mengukur sejauh mana pengetahuan produk dari setiap konsumen maka dapat digunakan beberapa indikator yang dimana menurut Firmansyah (2018:77), untuk dapat mengukur sejauh mana pengetahuan produk dari konsumen maka dapat digunakan beberapa indikator pengukur pengetahuan, antara lain:

1. Pengetahuan Objektif (*Objective Knowledge*).
Pengukuran yang menyadap apa yang benar-benar sudah disimpan oleh konsumen di dalam ingatan.
2. Pengetahuan Subjektif (*Subjective Knowledge*).
Dipengaruhi oleh kepercayaan diri seseorang, yaitu bahwa orang yang percaya diri mungkin melaporkan secara berlebihan tingkat pengetahuan mereka

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan judul penelitian ini adalah :

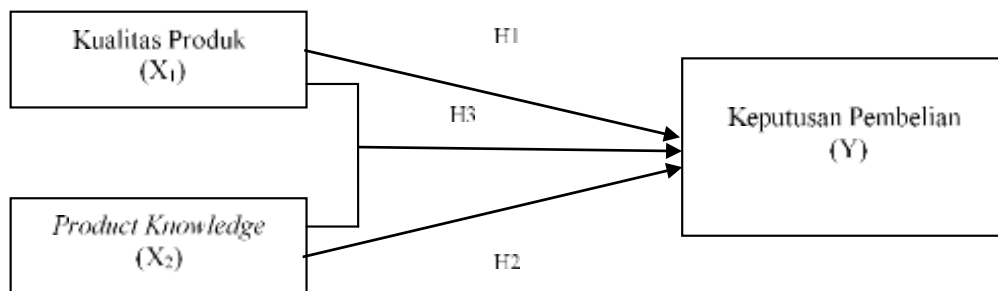
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Efendi (2020) <i>Journal of Digital Marketing and Halal Industry</i> ISSN: 2716-4810 (print) ISSN: 2716-4802 (online) Sinta 4 Indonesia	<i>The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products</i>	Y = <i>Purchase Decisions</i> X_1 = Halal Certification X_2 = Halal Awareness X_3 = Product Knowledge	<i>This article's research shows that halal certification has a positive but insignificant effect on fashion products' purchasing decisions labeled halal. Halal awareness has a positive and significant impact on product purchasing decisions. Product knowledge also has a positive and significant effect on purchasing decisions.</i>
2	Agustino (2020) Jurnal EMBA Vol.8 No.1 ISSN 2303-1174 Sinta 3 Batam	Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Product Knowledge</i> Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Pada PT. Long Time	X_1 = Kualitas Produk X_2 = <i>Product Knowledge</i> Y = Keputusan Pembelian	variabel Kualitas produk dan <i>Product Knowledge</i> berpengaruh secara parsial dan simultan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3	Ubaidi & Batu (2020) Volume 5, Nomor 2 Desember 2020, pp. 121-130 Sinta 4	Pengaruh <i>Product Involment</i> dan <i>Product Knowledge</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio	X_1 = <i>Product Involment</i> X_2 = <i>Product Knowledge</i> Y = Keputusan Pembelian	penelitian ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara <i>Product Involment</i> terhadap keputusan pembelian konsumen dan terdapat pengaruh secara signifikan antara <i>Product</i>

	Karawang			Knowledge terhadap Keputusan pembelian.
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4	Ayuningsih & Maftukhah Correspondence Address: ISSN 2252-6552 Sinta 3 Indonesia	<i>The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth</i>	Y = Purchase Decision X_1 = Product Knowledge X_2 = Brand Image X_3 = Brand Love	<i>The results of this study indicate that product knowledge and brand love have a positive effect on purchase decisions. The brand image does not effect on purchase decisions</i>
5	Hakim & Saragih (2019) P-ISSN : 2477-6092 E-ISSN : 2620-3391 Sinta 4 Batam	Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian NPK Mutiara di UD. Barelang Tani Jaya Batam	X_1 = Citra Merek X_2 = Persepsi Harga X_3 = Kualitas Produk Y = Keputusan Pembelian	Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Oleh karena itu pada setiap penyusunan paradigma penelitian harus di dasarkan pada kerangka pemikiran. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kerangka pemikiran adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Berikut hipotesis penelitian yang digunakan penulis yakni sebagai berikut:

H₁ : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera

H₂ : Pengaruh *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera.

H₃ : Pengaruh Kualitas Produk dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Santani Sejahtera yang berlokasi di Jalan DR.F.L Tobing No.32 C Pusat Pasar Medan Kota Medan, Sumatera Utara.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan pada bulan Maret 2023 hingga April 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data penelitian terbagi atas 2, yaitu:

1. Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2016:8), “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

2. Data Kualitatif.

Menurut Sugiyono (2016:9), “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi”.

3.2.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data Primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2020:194), sumber data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yakni:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data primer dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner dan wawancara kepada pelanggan PT. Santani Sejahtera.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam melakukan penelitian, peneliti harus menentukan populasi yang akan diteliti guna untuk mendapatkan hasil penelitian yang maksimal. Menurut Sugiyono (2016:80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan PT. Santani Sejahtera Pada Tahun 2022 berkisar diantara 163 pelanggan

3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian diperlukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang dimana dalam penelitian yang menggunakan data primer, sampel digunakan untuk mendapatkan jawaban dari responden yang digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2016:81) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Teknik pengambilan sampel penelitian dengan rumus slovin. Menurut Sujarweni (2014:66) rumus slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel.

N = Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (5%)

Berdasarkan rumus slovin dapat diketahui jumlah sampel penelitian adalah:

$$n = \frac{163}{1 + 163 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{163}{1,4075}$$

$$n = 115,8081$$

$$n = 116$$

Sampel penelitian ini adalah sebanyak 116 pelanggan yang ada pada PT.

Santani Sejahtera. Untuk uji validitas dan juga reliabilitas menggunakan populasi yang ada pada perusahaan ini sebanyak 30 sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Varibel	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk atau jasa yang dapat diukur nilai-nilainya hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya	1. Kemudahan penggunaan 2. Daya tahan 3. Kejelasan fungsi 4. Keragaman ukuran produk Sumber : Menurut Nugroho (2019:76)	<i>Likert</i>
<i>Product Knowledge</i> (X ₂)	Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk yang	1. Pengetahuan Objektif (<i>Objective Knowledge</i>).	<i>Likert</i>

	berhubungan dengan pemasaran dan penjualan.	2. Pengetahuan Subjektif (<i>Subjective Knowledge</i>). Sumber : Menurut Firmansyah (2018:66)	
Variabel	Definisi Varibel	Indikator	Skala Ukur
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu guna menjatuhkan pilihan yang secara langsung terlibat dalam keputusan pembelian dan telah siap melakukan pembelian	1. Pilihan Produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan saluran pembelian 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian Sumber : Priansah (2017:481)	<i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2016:142), “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh jawaban hasil kuesioner yang disebarkan kepada Pelanggan PT. Santani Sejahtera.

Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban dari responden bersifat kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (*likert*). Menurut Sugiyono (2016:93), skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran aspek pengaruh lokasi dan media sosial digunakan skala tingkat (*likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)

3. Skor 3 untuk jawaban Biasa Saja (BS)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Dalam penyajian data pada peneliti ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil peneliti yang akan diuji seperti hasil perhitungan melalui uji validitas. Menurut Ghozali (2018:52), “Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan kehandalan kuesioner yang mempunyai arti bahwa kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut :

1. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, uji reliabilitas juga dibutuhkan dalam menguji suatu pernyataan yang dimana menurut Ghozali (2018:47), “Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau

konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”.

Untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal peneliti dapat menggunakan teknik *cronbach alpha*, dimana besarnya nilai alpha yang dihasilkan dibandingkan dengan indeks :

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang telah dimasukkan ke dalam serangkaian data, masalah ini sering disebut dengan masalah pengujian asumsi klasik yang di dalamnya termasuk pengujian normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Pengujian pertama yang dilakukan dalam melakukan olah data adalah menggunakan uji normalitas. Menurut Ghozali (2018:154-156), “uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal”. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* untuk jumlah sampel yang kecil.

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik atau uji statistik.

1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik *normal plot* dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis normal, serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi menyalahi asumsi normalitas. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis

diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. (Butet & ayam, 2021)

- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis *Kolmogorov – Smirnov* (K-S)

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman dalam pengambilan keputusan ini adalah :

- a. $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- b. $p \geq 0,05$ maka distribusi data normal.

3.7.2 Uji Multikolonieritas

Selanjutnya dilakukan pengujian multikolinearitas yang dimana menurut Ghozali (2018:103-104) “uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen).” Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya dengan melihat (1) nilai *Tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh

variabel bebas lainnya. Jadi syarat untuk melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF) pada model regresi apabila

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Setelah mendapatkan kedua uji tersebut maka dilanjutkan dengan menggunakan uji heteroskedastisitas yang dimana menurut Ghazali (2018:134), “uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.” Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, penguji menggunakan analisis regresi linear berganda yang dimana menurut Ghazali (2018:94), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Pembelian (*dependent variable*)
- X₁ = Kualitas Produk (*independent variable*)
- X₂ = *Product Knowledge* (*independent variable*)
- a = konstanta
- β₁ = Koefisien untuk variabel Kualitas Produk
- β₂ = Koefisien untuk variabel *Product Knowledge*
- e = Persentase kesalahan (5%)

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Dalam sebuah penelitian, diperlukan uji parsial dalam mendapatkan hasil sebuah penelitian yang dimana menurut Ghazali (2018:97), “Uji statistik t pada

dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel perjas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

1. $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, Artinya Kualitas Produk dan *Product Knowledge* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, Artinya Kualitas Produk dan *Product Knowledge* secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.9.2 Uji F (Uji Secara Serempak)

Selain itu, uji simultan akan dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh dari seluruh variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat. Menurut Ghozali (2018:96), Uji F pada dasarnya menunjukan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel :

1. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, Artinya Kualitas Produk dan *Product Knowledge* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

2. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, Artinya Kualitas Produk dan *Product Knowledge* secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.10 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Dalam mengukur besaran pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digunakan hasil pengujian dari koefisien determinasi. Menurut Ghazali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh

karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *dependent* amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel *dependent*. Setiap tambahan satu variabel *independent* R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila suatu variabel *independent* ditambahkan ke dalam model. Dalam kenyataan, Nilai *adjusted* R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Santani Sejahtera

PT. Santani Sejahtera yang bergerak di bidang usaha Distribusi Pupuk dan Importir. Kegiatan pendistribusian pupuk memenuhi kebutuhan perkebunan-perkebunan di wilayah Sumatera Utara hingga keluar wilayah Sumatera. PT. Santani Sejahtera terletak di jalan Jl DR F.L Tobing 32C, Kota. Kota Medan. Perusahaan yang didirikan oleh bapak Eric Tjandra ini sudah berdiri sejak tahun 2008 dan sudah memiliki banyak sekali pelanggan dari perusahaan.

Perusahaan PT. Santani Sejahtera selalu mengutamakan pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan. Hal inilah yang membuat pelanggan semakin puas terhadap pelayanan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi, perusahaan PT. Santani Sejahtera akan selalu berusaha menawarkan produk-produk yang berkualitas sehingga akan membuat konsumen selalu puas akan produk dari PT. Santani Sejahtera

4.1.2 Visi dan Misi PT. Santani Sejahtera

Visi

Menjadi produsen [pupuk](#) dan [produk kimia lainnya](#) yang berdaya saing tinggi dan produknya paling diminati konsumen.

Misi

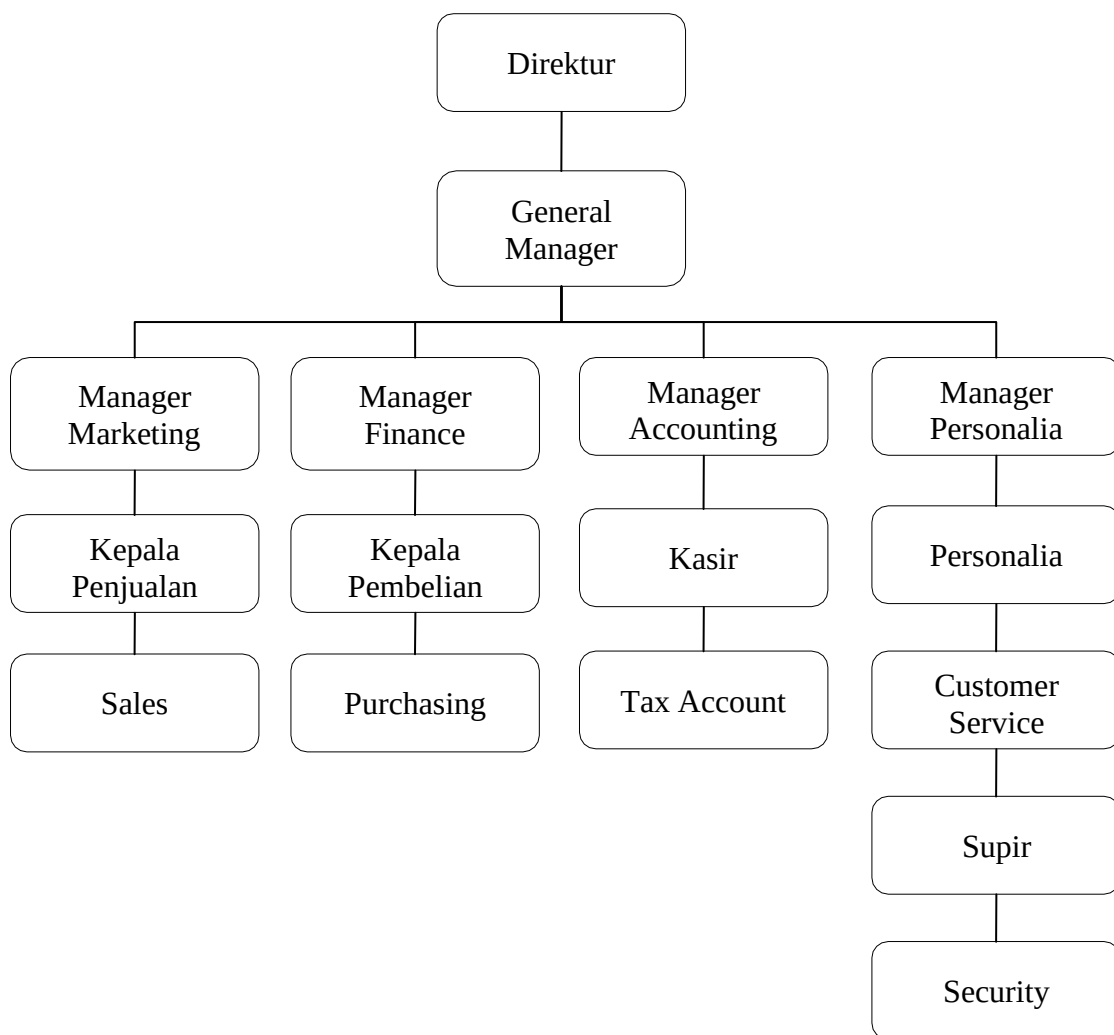
1. Mendukung penyediaan pupuk nasional untuk tercapainya program swasembada pangan;
2. Meningkatkan hasil usaha untuk menunjang kelancaran kegiatan operasional dan pengembangan usaha Perusahaan;
3. Mengembangkan potensi usaha untuk mendukung industri kimia nasional dan berperan aktif dalam *community development*.

4.1.3 Struktur Organisasi PT. Santani Sejahtera

Struktur organisasi merupakan gambaran sekelompok orang yang bekerja sama dalam usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Struktur organisasi menyediakan pengadaan personil yang memegang jabatan tertentu dimana masing-masing diberi tugas, wewenang, dan tanggung jawab sesuai jabatannya. Hubungan ini dituangkan dalam struktur organisasi dimana merupakan gambaran sistematis tentang hubungan kerja dari orang-orang yang mengerakkan organisasi dalam usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Struktur organisasi akan memberikan gambaran tentang pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan antar bagian berdasarkan susunan tingkat hierarki. Struktur organisasi diharapkan dapat menetapkan sistem hubungan

dalam organisasi yang menghasilkan tercapainya komunikasi, koordinasi, dan integrasi secara efisien dan efektif dari setiap kegiatan organisasi tersebut. Dan membina keharmonisan agar pekerjaan dapat dilaksanakan dengan teratur dan penuh tanggung jawab, sehingga rencana kerja dapat dilaksanakan dengan baik dan tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan hasil yang maksimal.



Sumber: PT. Santani Sejahtera, 2023

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Santani Sejahtera

Direktur adalah sebagai koordinator, komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, pengelola dalam menjalankan dan memimpin perusahaan.

General Manager adalah Manajer yang memiliki tanggung jawab kepada seluruh bagian suatu perusahaan.

Manager Marketing adalah bagian yang melakukan pemantauan kebutuhan konsumen.

Kepala Penjualan adalah karyawan yang bertugas menyusun rencana penjualan, menganalisa perkembangan pasar.

Sales adalah karyawan yang fungsinya sangat penting, tugasnya untuk menawarkan produk ke calon pelanggan.

Manager Finance adalah Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.

Kepala Pembelian adalah Melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap pembelian.

Purchasing adalah karyawan yang memiliki tanggung jawab atas pemesanan barang atau keperluan perusahaan.

Manager Accounting adalah orang yang bertanggung jawab sepenuhnya atas keuangan perusahaan.

Kasir adalah kasir bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan yang akan melakukan pembelian.

Tax Account adalah orang yang merencanakan perpajakan bagi perusahaan.

Manager Personalia adalah mengkoordinasikan semua kegiatan manajemen sumber daya manusia dalam perusahaan.

Personalia adalah bertujuan untuk merencanakan suatu pengembangan dengan pemeliharaan tenaga kerja dalam perusahaan.

Customer Service adalah seseorang yang akan memberikan pelayanan dan menerima keluhan/masalah dari pelanggan.

Supir adalah bagian yang bertujuan untuk mengantarkan barang kepada pelanggan.

Security adalah badan pengawasan yang bertujuan untuk menjaga keamanan perusahaan.

4.1.4 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data dari kuesioner, misalnya jenis kelamin dan usia. Jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah sebanyak 92 orang responden Eyedis By Jolaine.

4.1.4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin seperti pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	43	37.07%
2	Laki-laki	73	62.93%
Jumlah		116	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.1 terlihat responden pada PT. Santani Sejahtera yang berjenis kelamin laki-laki paling banyak yaitu sebanyak 73 orang (62.93%) dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 43 orang (37.07%).

4.1.4.2 Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia seperti pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	0	0 %
2	21-30 Tahun	13	11.21%
3	31-40 Tahun	55	47.41 %
4	41-50 Tahun	29	25.00 %
5	>50 Tahun	19	16.38 %
Jumlah		116	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.2 terlihat responden PT. Santani Sejahtera yang berumur di antara 31-40 tahun paling banyak yaitu sebanyak 55 orang (47.411%) dan paling sedikit berumur < 20 tahun yaitu hanya sebanyak 0 orang (0 %).

4.1.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.5.1 Uji Validitas

Dalam penyajian data pada peneliti ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil peneliti yang akan diuji seperti hasil perhitungan melalui uji validitas. Menurut Ghazali (2018:52), “Uji Validitas digunakan untuk mengukur

sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan kehandalan kuesioner yang mempunyai arti bahwa kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut :

1. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 5% (0.05) dan $df = n-2$; $30-2 = 28$, jumlah sampel $116-2 = 114$ artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Produk (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Pupuk yang ditawarkan oleh PT. Santani Sejahtera sangat mudah untuk di gunakan	0.778	0,361	Valid
Pestisida yang ditawarkan sangat mudah diaplikasikan	0.535	0,361	Valid

Pupuk yang ditawarkan oleh perusahaan sangat tahan lama	0.850	0,361	Valid
Pestisida yang dijual perusahaan dapat disimpan dengan jangka waktu yang lama	0.851	0,361	Valid
Pestisida yang dijual perusahaan sudah memiliki fungsi yang jelas	0.500	0,361	Valid
Pupuk yang ditawarkan sangat bermanfaat untuk semua tanaman	0.462	0,361	Valid
Pestisida yang di jual memiliki beberapa ukuran kemasan	0.828	0,361	Valid
Bibit yang ditawarkan perusahaan memiliki beragam bentuk	0.668	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Produk menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kualitas Produk dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel *Product Knowledge* (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.4

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel *Product Knowledge* (X_2)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Karyawan perusahaan sangat mengetahui fungsi dari setiap produk	0.730	0,361	Valid
Karyawan perusahaan memahami semua	0.643	0,361	Valid

kebutuhan dari pelanggan			
Karyawan perusahaan dapat membedakan semua jenis pupuk	0.745	0,361	Valid
Karyawan perusahaan dapat memberikan informasi yang akurat	0.672	0,361	Valid
Karyawan perusahaan dapat menjelaskan manfaat dari produk dengan baik	0.613	0,361	Valid
Karyawan perusahaan memberikan kemudahan dalam menggunakan pestisida	0.655	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel *Product Knowledge* menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner *Product Knowledge* dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected</i>	r_{tabel}	Keterangan
------------	---------------------------	--------------------	------------

	<i>Item-Total Correlation</i>		
Anda sangat menyukai produk yang ditawarkan oleh perusahaan	0.452	0,361	Valid
Anda sudah mengetahui produk yang akan dibeli	0.664	0,361	Valid
Anda selalu membeli produk dengan merek yang sama	0.508	0,361	Valid
Anda akan menggunakan pestisida dari beragam merek	0.498	0,361	Valid
Anda lebih suka berbelanja langsung dari <i>marketing</i> perusahaan	0.545	0,361	Valid
Anda selalu memesan langsung ke perusahaan ketika hendak membeli produk	0.551	0,361	Valid
Anda selalu membeli pestisida lebih dari satu	0.513	0,361	Valid
Anda selalu membeli pupuk dalam jumlah yang cukup banyak	0.720	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel keputusan pembelian menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner keputusan pembelian dinyatakan telah valid.

4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, uji reliabilitas juga dibutuhkan dalam menguji suatu pernyataan yang dimana menurut Ghozali (2018:47), “Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”.

Untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal peneliti dapat menggunakan teknik *cronbach alpha*, dimana besarnya nilai alpha yang dihasilkan dibandingkan dengan indeks :

4. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
5. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
- Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Produk dapat dilihat pada Tabel 4.6

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel
Kualitas Produk (X₁)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	8

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.7, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Kualitas Produk (X_1) tersebut berada diantara 0,6 – 0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel *Product Knowledge* dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel
***Product Knowledge* (X_2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.747	6

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.7, maka dapat dinyatakan bahwa keenam butir *item* untuk variabel *Product Knowledge* (X_2) tersebut berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel
Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	8

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.9, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) tersebut berada diantara 0,6 – 0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

Pengujian pertama yang dilakukan dalam melakukan olah data adalah menggunakan uji normalitas. Menurut Ghozali (2018:154-156), “uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal”. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* untuk jumlah sampel yang kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik atau uji statistik.

3. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan

melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan melihat tampilan grafik k histogram maupun grafik *normal plot* dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis normal, serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi menyalahi asumsi normalitas. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- c. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. (Butet & ayam, 2021)
- d. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi

normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

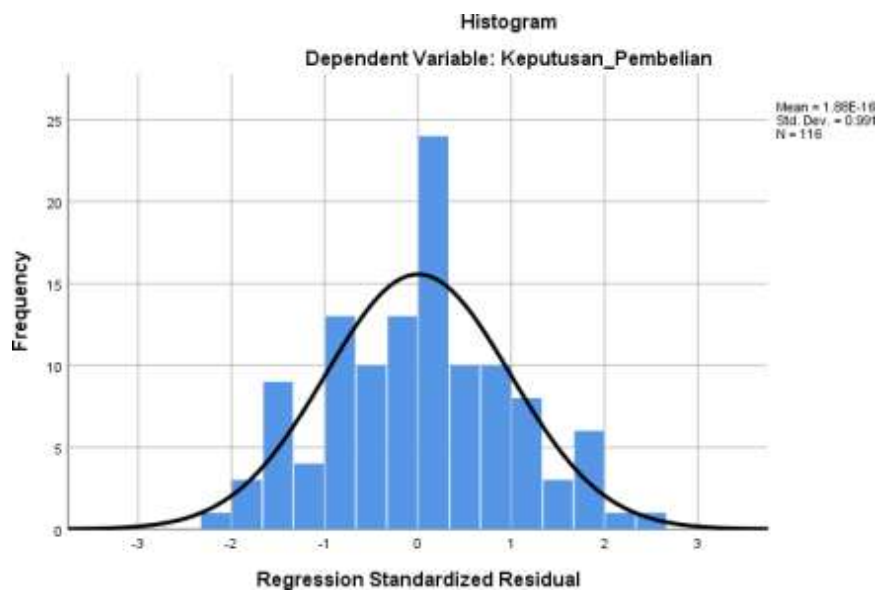
4. Analisis *Kolmogorov – Smirnov* (K-S)

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman dalam pengambilan keputusan ini adalah :

c. $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.

d. $p \geq 0,05$ maka distribusi data normal.

Berikut ini uji normalitas melalui grafik histogram dan grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.2 dan 4.3.

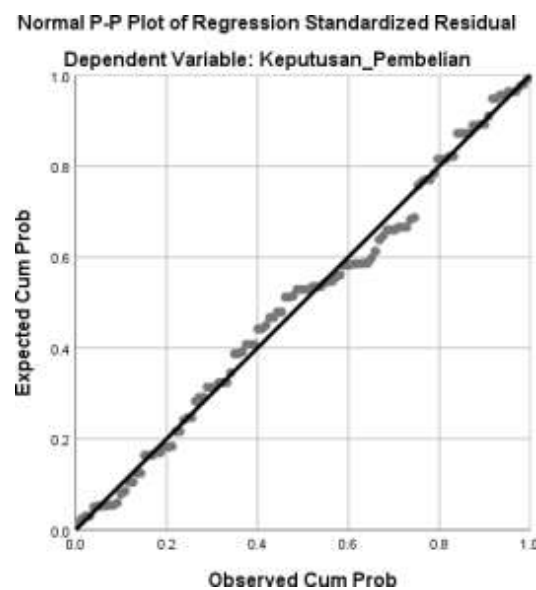


Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.2

Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2. menunjukkan bahwa grafik histogram mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetri (U) tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.3

Grafik Normal P-P Plot

Dari Gambar 4.3 menunjukan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

Hasil uji *One Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.9

Tabel 4.9

Hasil Uji *One Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.86766201
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.055
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Selanjutnya dilakukan pengujian multikolinearitas yang dimana menurut Ghozali (2018:103-104) “uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen).” Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya dengan melihat (1) nilai *Tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi syarat untuk melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF) pada model regresi apabila

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.10

Tabel 4.10

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardize d Coefficient s	t	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.061	1.832		3.854	.000		
Kualitas_Produk	.356	.073	.358	4.843	.000	.893	1.120
Product_Knowledge	.491	.079	.459	6.204	.000	.893	1.120

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.10 diketahui nilai *TOLERANCE* yang diperoleh adalah 0,893 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,120 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

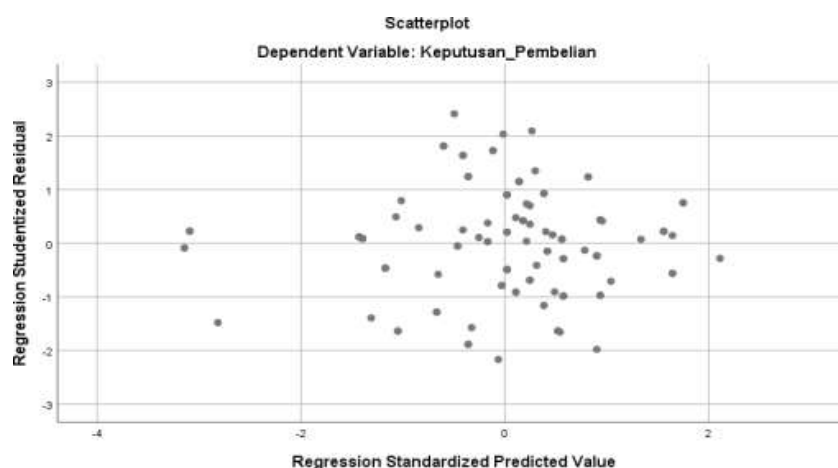
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Setelah mendapatkan kedua uji tersebut maka dilanjutkan dengan menggunakan uji heteroskedastisitas yang dimana menurut Ghazali (2018:134), “uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.” Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Ada beberapa cara

untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Hasil uji Grafik *Scatterplot* heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.4
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara terbesar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regeression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Keputusan Pembelian berdasarkan Kualitas Produk dan *Product Knowledge*.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, penguji menggunakan analisis regresi linear berganda yang dimana menurut Ghozali (2018:94), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Pembelian (*dependent variable*)
- X₁ = Kualitas Produk (*independent variable*)
- X₂ = *Product Knowledge* (*independent variable*)
- a = konstanta
- β₁ = Koefisien untuk variabel Kualitas Produk
- β₂ = Koefisien untuk variabel *Product Knowledge*
- e = Persentase kesalahan (5%)

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.11

Tabel 4.11
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.061	1.832		3.854	.000		
Kualitas_Produk	.356	.073	.358	4.843	.000	.893	1.120
Product_Knowledge	.491	.079	.459	6.204	.000	.893	1.120

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari uji regresi linear berganda diperoleh persamaan regresinya adalah:

$$\text{Keputusan Pembelian} = 7.061 + 0,356 \text{ Kualitas Produk} + 0,491 \text{ Product Knowledge} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 7.061 artinya: jika Keputusan Pembelian yang diteliti konstan, maka Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera adalah sebesar 7.061.
2. 0.356 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Kualitas Produk (X_1) akan menyebabkan Keputusan Pembelian bertambah sebesar 0.356

satu-satuan dengan kondisi faktor variabel *Product Knowledge* (X_2) dianggap konstan.

3. 0.491 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel *Product Knowledge* (X_2) akan menyebabkan Keputusan Pembelian bertambah sebesar 0.491 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kualitas Produk (X_1) dianggap konstan.

4.1.8 Uji Hipotesis

4.1.8.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Dalam sebuah penelitian, diperlukan uji parsial dalam mendapatkan hasil sebuah penelitian yang dimana menurut Ghozali (2018:97), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

1. $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, Artinya Kualitas Produk dan *Product Knowledge* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, Artinya Kualitas Produk dan *Product Knowledge* secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Tabel 4.13

Hasil Uji t (Uji Secara Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.061	1.832		3.854	.000		
Kualitas_Produk	.356	.073	.358	4.843	.000	.893	1.120
Product_Knowledge	.491	.079	.459	6.204	.000	.893	1.120

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.13 diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk adalah 4.843 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 114 ($n-k = 116$ orang responden - 2) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.98099. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera.

2. Nilai t_{hitung} untuk variabel *Product Knowledge* adalah 6.204 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 114 ($n-k = 116$ orang responden - 2) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.98099. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga *Product Knowledge* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera.

4.1.8.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Selain itu, uji simultan akan dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh dari seluruh variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat. Menurut Ghazali (2018:96), Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel :

1. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, Artinya Kualitas Produk dan *Product Knowledge* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, Artinya Kualitas Produk dan *Product Knowledge* secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Tabel 4.14

Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	764.808	2	382.404	45.693	.000 ^b
	Residual	945.701	113	8.369		
	Total	1710.509	115			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Product_Knowledge, Kualitas_Produk

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.14 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 45.693 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 2$ ($k(3) - 1$), dan $df_2 = 113$ ($n(116) - k(3)$) maka nilai F_{tabel} adalah 3,08. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45.693 > 3.08$) dan hasil signifikan $0.000 < 0.05$, maka kriterianya adalah H_3 Diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Produk dan *Product Knowledge* secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera.

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam mengukur besaran pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digunakan hasil pengujian dari koefisien determinasi. Menurut Ghozali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.15

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.447	.437	2.89293

a. Predictors: (Constant), Product_Knowledge, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan

variasi variabel dependen adalah 0.447. Hal ini menunjukkan bahwa 44.7% Keputusan Pembelian terhadap PT. Santani Sejahtera dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk dan *Product Knowledge*, sedangkan sisanya yaitu 55.3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian didapat nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk adalah 4.843 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 114 ($n-k = 116$ orang responden - 2) dan taraf signifikansi 5% maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.98099. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustino (2020) dan Hakim & Saragih (2019) yang menyatakan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4.2.2 Pengaruh *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian didapat nilai t_{hitung} untuk variabel *Product Knowledge* adalah 6.204 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 114 ($n-k = 116$ orang responden - 2) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.98099. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga *Product Knowledge* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari yang dilakukan oleh Efendi (2020), Agustino (2020), Ubaidi & Batu (2020) dan Ayuningsih & Maftukhah (2021) yang menyatakan bahwa secara parsial *Product Knowledge* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan secara simultan variabel Kualitas Produk dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai F_{hitung} sebesar 45.693 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 2$ ($k(3) - 1$), dan $df_2 = 113$ ($n(116) - k(3)$) maka nilai F_{tabel} adalah 3,08. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45.693 > 3.08$) dan hasil signifikan $0.000 < 0.05$, maka kriterianya adalah H_3 Diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Produk dan *Product Knowledge* secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera.

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0.447. Hal ini menunjukkan bahwa 44.7% Keputusan Pembelian terhadap PT. Santani Sejahtera dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk dan *Product Knowledge*, sedangkan sisanya yaitu 55.3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustino (2020) yang menyatakan bahwa secara simultan Kualitas Produk dan *Product Knowledge* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian jika Keputusan Pembelian yang diteliti konstan, maka Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera adalah sebesar konstanta. Jika setiap penambahan satu-satuan variabel Kualitas Produk (X_1) akan menyebabkan Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera berkurang sebesar b_1 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel *Product Knowledge* (X_2) dianggap konstan. Jika setiap penambahan satu-satuan variabel *Product Knowledge* (X_2) akan menyebabkan Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera bertambah sebesar b_2 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kualitas Produk (X_1) dianggap konstan.

2. Hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera.
3. Hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh positif dan signifikan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera.
4. Hasil pengujian hipotesis secara simultan terdapat pengaruh dan signifikan Kualitas Produk dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera.
5. Untuk koefisien determinasi menjelaskan keterkaitan Keputusan Pembelian pada PT. Santani Sejahtera

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk pada PT. Santani Sejahtera perlu diperhatikan, sehingga perusahaan harus memperhatikan:
 - a. PT. Santani Sejahtera disarankan agar tetap konsisten mempertahankan kemudahan akan pengaplikasian pupuk yang dijual kepada pelanggan sehingga keputusan pembelian pelanggan menjadi semakin meningkat.
 - b. PT. Santani Sejahtera disarankan agar dapat memperhatikan kegunaan dari produk yang ditawarkan dimana produk yang ditawarkan

diharapkan dapat digunakan ke hampir semua jenis tanaman sehingga pelanggan menjadi semakin menyukai produk yang ditawarkan dan keputusan pembelian menjadi meningkat.

2. *Product Knowledge* pada PT. Santani Sejahtera perlu diperhatikan, sehingga perusahaan harus memperhatikan:
 - a. PT. Santani Sejahtera disarankan agar tetap konsisten mempertahankan pengetahuan akan jenis pupuk yang ada di perusahaan sehingga membuat pelanggan menjadi nyaman dan puas berbelanja dan membuat keputusan pelanggan menjadi meningkat.
 - b. PT. Santani Sejahtera disarankan agar dapat memperhatikan pengetahuan karyawan akan manfaat dari produk yang ditawarkan sehingga akan membuat pelanggan menjadi semakin mengerti dan tertarik untuk membeli produk.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian
Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian selain variabel Kualitas Produk dan *Product Knowledge* misalnya kualitas pelayanan dan citra merek.
2. Perluasan Cakupan Geografis Responden

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari pelanggan dari PT. Santani Sejahtera. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut memperluas cakupan wilayahnya dengan menambah sampel dari perusahaan lain.

3. Menambah jumlah Responden

Sehubung dengan keterbatasan jumlah responden dikarenakan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 106 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.

- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk khu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.

- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikit Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian penelitian saya, maka saya memohon bantuan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini untuk membantu data penelitian saya yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera**”.

Petunjuk pengisian:

1. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tingat Setuju
2. Mohon dalam pengisian kuesioner, dilakukan seobjektif mungkin, agar hasil dari kuesioner ini yang akan dilakukan dalam penelitian dengan judul di atas dapat memberikan hasil yang optimal. Setelah selesai mengisi kuesioner ini, mohon diperiksa kembali apakah seluruh pernyataan telah selesai dijawab. Terima kasih.

Identitas responden:

Jenis kelamin : _____ laki-laki
_____ perempuan

Usia : $\gamma < 20$ tahun $\gamma 21 - 30$ tahun $\gamma 31 - 40$ tahun
 $\gamma 41 - 50$ tahun $\gamma > 50$ tahun

Pendidikan Terakhir : ☐ SMA ☐ D3 ☐ S1 ☐ Lainnya

Kuesioner:

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan					
		STS	TS	KS	S	SS	
Kualitas Produk (X ₁)							
Indikator : Kemudahan penggunaan							
1	Pupuk yang ditawarkan oleh PT. Santani Sejahtera sangat mudah untuk di gunakan						
2	Pestisida yang ditawarkan sangat mudah diaplikasikan						
Indikator : Daya Tahan							
1	Pupuk yang ditawarkan oleh PT.Santani Sejahtera sangat tahan lama						
2	Pestisida yang dijual PT.Santani Sejahtera dapat disimpan dengan jangka waktu yang lama						
Indikator : Kejelasan Fungsi							
1	Pestisida yang dijual PT.Santani Sejahtera sudah memiliki fungsi yang jelas						
2	Pupuk yang ditawarkan sangat bermanfaat untuk semua tanaman						

Indikator : Keragaman Ukuran					
1	Pestisida yang di jual memiliki beberapa ukuran kemasan				
2	Bibit yang ditawarkan PT.Santani Sejahtera memiliki beragam bentuk				

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Product Knowledge (X ₂)						
Indikator : Pengetahuan Objektif (Objective Knowledge)						
1	Karyawan PT.Santani Sejahtera sangat mengetahui fungsi dari setiap produk					
2	Karyawan PT.Santani Sejahtera memahami semua kebutuhan dari pelanggan					
3	Karyawan PT.Santani Sejahtera dapat membedakan semua jenis pupuk					
Indikator : Pengetahuan Subjektif (Subjective Knowledge)						
1	Karyawan PT.Santani Sejahtera					

	dapat memberikan informasi yang akurat					
2	Karyawan PT.Santani Sejahtera dapat menjelaskan manfaat dari produk dengan baik					
3	Karyawan PT.Santani Sejahtera memberikan kemudahan dalam menggunakan pestisida					

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Keputusan Pembelian (Y)						
Indikator : Pilihan Produk						
1	Anda sangat menyukai produk yang ditawarkan oleh PT.Santani Sejahtera					
2	Anda sudah mengetahui produk yang akan dibeli					
Indikator : Pilihan Merek						
1	Anda selalu membeli produk dengan merek yang sama					
2	Anda akan menggunakan pestisida dari beragam merek					

Indikator : Pilihan Saluran Pembelian					
1	Anda lebih suka berbelanja langsung dari <i>marketing</i> perusahaan				
2	Anda selalu memesan langsung ke perusahaan ketika hendak membeli produk				
Indikator : Jumlah Pembelian					
1	Anda selalu membeli pestisida lebih dari satu				
2	Anda selalu membeli pupuk dalam jumlah yang cukup banyak				

LAMPIRAN II

TABULASI KUESIONER RESPONDEN VALIDITAS DAN RELIABILITAS

NO.	Kualitas Produk (x1)								TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
V01	1	2	4	4	2	3	4	3	23
V02	5	2	4	5	2	5	5	3	31
V03	4	3	4	3	3	3	3	3	26
V04	4	3	4	3	3	3	3	3	26
V05	3	4	4	3	4	3	3	2	26
V06	4	4	3	4	4	3	3	2	27
V07	4	4	3	4	4	3	4	2	28
V08	5	2	3	4	2	5	4	2	27
V09	4	4	4	4	4	3	4	2	29
V10	4	4	4	4	4	3	4	3	30
V11	4	3	4	4	3	3	4	3	28
V12	3	3	4	4	3	3	4	3	27
V13	4	3	4	4	2	3	4	3	27
V14	5	2	4	4	2	5	3	3	28
V15	4	3	4	3	3	4	3	2	26
V16	4	4	4	3	3	4	3	2	27
V17	3	4	4	3	4	4	3	2	27

V18	4	4	4	3	4	4	3	2	28
V19	4	4	4	3	4	4	3	2	28
V20	5	2	4	4	2	5	4	3	29
V21	2	2	2	3	2	3	3	3	20
V22	2	2	3	2	2	3	2	2	18
V23	3	2	3	2	2	3	2	2	19
V24	3	3	3	2	3	3	2	2	21
V25	5	2	3	3	2	5	3	2	25
V26	2	2	2	2	2	3	2	1	16
V27	2	3	2	2	3	3	2	1	18
V28	3	2	2	2	2	3	2	1	17
V29	2	2	2	2	2	3	2	1	16
V30	2	2	2	2	2	3	2	1	16

NO.	Product Knowledge (x2)						TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
V01	4	5	4	3	5	2	23
V02	5	5	4	3	5	4	26
V03	4	4	4	3	5	2	22

V04	4	4	4	3	4	3	22
V05	3	4	4	4	4	3	22
V06	4	4	4	4	4	3	23
V07	4	4	4	4	4	4	24
V08	5	4	4	4	4	3	24
V09	4	3	4	3	4	5	23
V10	4	3	4	3	4	5	23
V11	4	4	4	3	3	5	23
V12	3	4	3	3	3	4	20
V13	4	3	3	3	3	4	20
V14	5	3	3	3	3	4	21
V15	4	4	3	3	4	3	21
V16	4	4	3	4	4	3	22
V17	3	4	3	4	3	3	20
V18	4	3	3	4	3	3	20
V19	4	3	3	4	4	4	22
V20	5	3	3	4	4	4	23
V21	2	3	3	3	4	4	19
V22	2	3	3	3	4	3	18
V23	3	3	2	2	4	2	16
V24	3	3	2	2	4	2	16

V25	5	3	2	2	3	2	17
V26	2	3	3	2	3	2	15
V27	2	3	3	2	3	2	15
V28	3	3	3	2	3	2	16
V29	2	3	3	3	3	2	16
V30	2	3	3	3	2	2	15

NO.	Keputusan Pembelian (Y)								TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
V01	3	4	4	3	5	4	4	5	32
V02	3	4	4	3	5	4	4	5	32
V03	3	4	4	4	5	4	4	5	33
V04	4	3	4	4	4	4	4	5	32
V05	4	3	4	4	4	4	4	4	31
V06	4	3	2	4	4	4	5	4	30
V07	3	3	4	4	4	4	5	5	32
V08	4	3	3	3	4	4	5	4	30
V09	3	4	4	5	4	4	5	5	34
V10	4	4	4	5	4	4	4	4	33
V11	2	4	4	5	3	4	4	3	29
V12	3	4	3	4	3	3	4	2	26
V13	4	4	3	4	3	3	3	3	27
V14	4	4	4	4	3	3	3	3	28
V15	4	4	4	3	4	3	3	3	28
V16	3	2	4	3	4	3	4	2	25
V17	2	2	3	3	3	4	4	3	24
V18	2	2	3	3	3	4	4	2	23
V19	2	2	3	4	4	3	4	2	24

V20	2	2	3	4	4	4	2	2	23
V21	2	2	3	4	4	3	2	4	24
V22	3	3	3	3	4	4	2	4	26
V23	3	3	3	2	4	3	3	4	25
V24	3	3	4	2	4	3	3	3	25
V25	4	3	4	2	3	4	3	3	26
V26	4	3	4	2	3	4	4	4	28
V27	4	3	3	2	3	3	4	4	26
V28	4	3	4	2	3	3	4	3	26
V29	2	3	3	2	3	3	4	4	24
V30	3	3	3	2	2	3	4	4	24

HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Correlations

[illegible]

x15	Pearson Correlation	.177	.956**	.413*	.186	1	-.210	.173	.011	.500**
	Sig. (2-tailed)	.350	.000	.023	.324		.266	.359	.952	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x16	Pearson Correlation	.682*	-.206	.302	.381*	-.210	1	.342	.186	.462*
	Sig. (2-tailed)	.000	.274	.105	.038	.266		.065	.324	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x17	Pearson Correlation	.539*	.209	.651**	.957**	.173	.342	1	.708*	.828**
	Sig. (2-tailed)	.002	.268	.000	.000	.359	.065		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x18	Pearson Correlation	.402*	.045	.704**	.718**	.011	.186	.708*	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.028	.814	.000	.000	.952	.324	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Jumla h_x1	Pearson Correlation	.778*	.535**	.850**	.851**	.500*	.462*	.828*	.668*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.005	.010	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	8

Uji Valid *Product Knowledge*

Correlations

		x21	x22	x23	x24	x25	x26	Jumlah_x 2
x21	Pearson Correlation	1	.354	.293	.351	.369*	.399*	.730**
	Sig. (2-tailed)		.055	.116	.057	.045	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x22	Pearson Correlation	.354	1	.599**	.346	.539**	.054	.643**
	Sig. (2-tailed)	.055		.000	.061	.002	.776	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x23	Pearson Correlation	.293	.599**	1	.469**	.430*	.424*	.745**
	Sig. (2-tailed)	.116	.000		.009	.018	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x24	Pearson Correlation	.351	.346	.469**	1	.204	.413*	.672**
	Sig. (2-tailed)	.057	.061	.009		.279	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x25	Pearson Correlation	.369*	.539**	.430*	.204	1	.112	.613**

	Sig. (2-tailed)	.045	.002	.018	.279		.555	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x26	Pearson Correlation	.399*	.054	.424*	.413*	.112	1	.655**
	Sig. (2-tailed)	.029	.776	.019	.023	.555		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Jumlah_x 2	Pearson Correlation	.730**	.643**	.745**	.672**	.613**	.655**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	6

Uji Valid Keputusan Pembelian

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	Jumlah_y
y1	Pearson Correlation	1	.437*	.266	-.110	-.020	.014	.175	.261	.452*
	Sig. (2-tailed)		.016	.155	.562	.915	.940	.354	.164	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	.437*	1	.412*	.277	.155	.069	.175	.405*	.664**
	Sig. (2-tailed)	.016		.023	.138	.414	.718	.355	.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.266	.412*	1	.091	.254	.179	.073	.240	.508**
	Sig. (2-tailed)	.155	.023		.631	.175	.343	.702	.201	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	-.110	.277	.091	1	.295	.339	.143	.056	.498**
	Sig. (2-tailed)	.562	.138	.631		.114	.067	.450	.770	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	-.020	.155	.254	.295	1	.353	.020	.435*	.545**
	Sig. (2-tailed)	.915	.414	.175	.114		.056	.918	.016	.002

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y6	Pearson Correlation	.014	.069	.179	.339	.353	1	.292	.395*	.551**
	Sig. (2-tailed)	.940	.718	.343	.067	.056		.117	.031	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y7	Pearson Correlation	.175	.175	.073	.143	.020	.292	1	.324	.513**
	Sig. (2-tailed)	.354	.355	.702	.450	.918	.117		.081	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y8	Pearson Correlation	.261	.405*	.240	.056	.435*	.395*	.324	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.164	.027	.201	.770	.016	.031	.081		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Jumlah_y	Pearson Correlation	.452*	.664**	.508**	.498**	.545**	.551**	.513**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.004	.005	.002	.002	.004	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	8

LAMPIRAN IV

HASIL PENGUJIAN TABULASI KUESIONER RESPONDEN

No.	Kualitas Produk (X1)								
	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	total
1	2	2	3	2	3	4	3	3	22
2	1	2	1	1	2	2	1	5	15
3	2	2	4	5	3	5	3	2	26
4	2	3	1	3	2	2	3	2	18
5	1	2	1	3	2	2	2	3	16
6	3	1	1	4	2	2	5	2	20
7	2	1	3	2	3	1	2	3	17
8	4	2	5	3	5	2	4	3	28
9	3	2	4	3	2	2	2	1	19
10	1	2	2	2	3	1	3	1	15
11	2	2	1	1	2	2	1	2	13
12	1	2	2	2	4	3	1	2	17
13	3	2	2	2	3	4	2	5	23
14	2	2	1	5	3	2	2	2	19
15	5	1	2	3	2	2	3	1	19
16	4	2	4	3	3	2	2	1	21
17	2	3	2	2	3	2	2	1	17
18	2	1	2	1	2	1	1	2	12

19	1	2	1	3	2	2	1	2	14
20	2	1	2	5	2	3	2	3	20
21	1	3	2	5	5	3	1	2	22
22	2	1	2	3	2	3	1	3	17
23	2	1	3	5	3	3	1	3	21
24	1	2	1	3	5	1	3	2	18
25	2	1	1	2	2	2	3	2	15
26	4	3	4	3	4	2	2	3	25
27	2	3	2	4	2	3	4	2	22
28	3	1	2	4	3	4	2	3	22
29	2	3	2	2	3	2	3	1	18
30	2	1	2	3	2	1	1	2	14
31	1	4	2	3	2	1	2	2	17
32	1	2	1	2	2	1	1	2	12
33	3	5	2	3	4	2	3	2	24
34	2	2	1	3	2	2	3	2	17
35	3	2	1	3	4	2	1	2	18
36	3	1	2	1	1	1	1	2	12
37	1	2	3	3	4	4	2	2	21
38	2	1	1	2	2	1	1	2	12
39	3	2	3	1	3	1	3	1	17

40	2	2	3	4	4	5	3	1	24
41	1	2	5	3	4	4	3	3	25
42	2	2	3	2	2	3	3	3	20
43	2	1	3	3	2	2	1	2	16
44	1	1	1	2	3	1	1	1	11
45	4	2	3	4	3	2	4	2	24
46	1	2	3	2	3	2	3	2	18
47	2	1	3	3	2	2	2	2	17
48	2	3	3	2	3	2	2	2	19
49	1	3	2	2	4	2	1	3	18
50	1	3	2	3	2	2	3	1	17
51	1	3	2	3	2	4	2	2	19
52	2	3	1	3	3	2	1	2	17
53	3	2	1	3	2	2	1	2	16
54	3	1	2	3	3	2	2	1	17
55	3	4	3	3	4	2	1	1	21
56	4	4	3	4	3	4	3	1	26
57	3	2	3	5	3	1	1	3	21
58	3	4	1	3	2	2	3	1	19
59	2	2	2	3	4	3	1	3	20
60	2	1	2	3	2	1	2	2	15

61	1	2	3	4	3	2	2	4	21
62	3	1	2	4	3	2	3	5	23
63	2	2	1	3	2	2	2	3	17
64	3	3	2	4	5	3	2	4	26
65	2	2	3	4	3	2	2	1	19
66	3	2	1	4	3	2	2	3	20
67	2	4	3	3	4	2	3	4	25
68	1	2	1	4	3	2	1	2	16
69	5	1	2	3	2	2	3	1	19
70	4	2	4	3	3	2	2	1	21
71	2	3	2	2	3	2	2	1	17
72	2	1	2	1	2	1	1	2	12
73	1	2	1	3	2	2	1	2	14
74	2	1	2	5	2	3	2	3	20
75	1	3	2	5	5	3	1	2	22
76	2	1	2	3	2	3	1	3	17
77	2	1	3	5	3	3	1	3	21
78	1	2	1	3	5	1	3	2	18
79	2	1	1	2	2	2	3	2	15
80	4	3	4	3	4	2	2	3	25
81	2	3	2	4	2	3	4	2	22

82	3	1	2	4	3	4	2	3	22
83	2	3	2	2	3	2	3	1	18
84	2	1	2	3	2	1	1	2	14
85	1	3	2	5	5	3	1	2	22
86	2	1	2	3	2	3	1	3	17
87	2	1	3	5	3	3	1	3	21
88	1	2	1	3	5	1	3	2	18
89	2	1	1	2	2	2	3	2	15
90	4	3	4	3	4	2	2	3	25
91	2	3	2	4	2	3	4	2	22
92	3	1	2	4	3	4	2	3	22
93	2	3	2	2	3	2	3	1	18
94	2	1	2	3	2	1	1	2	14
95	1	4	2	3	2	1	2	2	17
96	1	4	2	3	2	1	2	2	17
97	1	2	1	2	2	1	1	2	12
98	3	5	2	3	4	2	3	2	24
99	2	2	1	3	2	2	3	2	17
100	3	2	1	3	4	2	1	2	18
101	3	1	2	1	1	1	1	2	12
102	1	2	3	3	4	4	2	2	21

103	2	1	1	2	2	1	1	2	12
104	3	2	3	1	3	1	3	1	17
105	2	2	3	4	4	5	3	1	24
106	1	2	5	3	4	4	3	3	25
107	2	2	3	2	2	3	3	3	20
108	2	1	3	3	2	2	1	2	16
109	1	1	1	2	3	1	1	1	11
110	4	2	3	4	3	2	4	2	24
111	1	2	3	2	3	2	3	2	18
112	2	1	3	3	2	2	2	2	17
113	3	2	3	5	3	1	1	3	21
114	3	4	1	3	2	2	3	1	19
115	1	3	2	5	5	3	1	2	22
116	2	2	4	5	3	5	3	2	26

No.	Product Knowledge (X2)						
	x21	x22	x23	x24	x25	x26	total
1	3	4	5	4	3	5	24
2	4	4	3	5	3	5	24

3	4	5	4	4	5	3	25
4	5	3	3	4	5	5	25
5	4	4	5	4	3	5	25
6	2	3	4	5	3	5	22
7	5	4	4	4	3	5	25
8	5	4	3	5	4	5	26
9	5	3	3	4	3	4	22
10	5	2	3	3	4	2	19
11	1	2	1	2	3	2	11
12	5	2	4	2	5	4	22
13	3	4	4	5	5	3	24
14	4	5	5	3	2	5	24
15	4	2	4	2	3	4	19
16	5	4	3	2	3	5	22
17	5	3	4	3	4	2	21
18	4	3	4	3	4	3	21
19	5	3	5	3	5	5	26
20	2	4	4	3	5	4	22
21	4	3	4	4	2	3	20
22	3	4	3	5	3	5	23
23	3	4	4	4	3	5	23

24	4	3	2	4	4	2	19
25	3	4	3	2	3	2	17
26	5	3	5	4	2	3	22
27	4	4	3	5	3	5	24
28	3	4	4	3	5	3	22
29	3	1	4	2	4	2	16
30	5	5	5	4	5	4	28
31	3	5	3	4	3	5	23
32	4	5	5	4	3	2	23
33	5	4	4	4	5	5	27
34	4	5	3	3	4	4	23
35	4	2	3	4	3	4	20
36	1	2	2	2	1	2	10
37	3	5	3	3	5	4	23
38	4	4	4	2	3	2	19
39	2	5	3	4	5	2	21
40	3	4	5	5	4	5	26
41	5	4	3	3	3	4	22
42	5	4	4	3	4	5	25
43	5	3	5	4	2	4	23
44	1	2	1	2	3	2	11

45	2	3	3	5	4	3	20
46	4	3	4	3	3	5	22
47	4	4	3	3	4	4	22
48	2	3	5	2	4	2	18
49	4	3	2	4	5	2	20
50	2	4	3	2	3	2	16
51	3	4	3	1	3	3	17
52	4	5	5	4	5	4	27
53	2	3	2	4	2	5	18
54	5	3	4	4	3	5	24
55	4	5	4	5	5	4	27
56	5	5	4	4	4	3	25
57	5	4	3	5	3	2	22
58	4	2	4	4	3	5	22
59	2	3	5	3	4	2	19
60	2	3	4	5	4	5	23
61	3	4	4	5	4	5	25
62	4	2	3	5	4	3	21
63	3	4	4	5	3	5	24
64	3	2	2	4	5	2	18
65	3	3	5	5	3	4	23

66	3	3	4	5	3	4	22
67	2	3	4	4	2	2	17
68	5	4	3	2	3	4	21
69	4	2	4	2	3	4	19
70	5	4	3	2	3	5	22
71	5	3	4	3	4	2	21
72	4	3	4	3	4	3	21
73	5	3	5	3	5	5	26
74	2	4	4	3	5	4	22
75	4	3	4	4	2	3	20
76	3	4	3	5	3	5	23
77	3	4	4	4	3	5	23
78	4	3	2	4	4	2	19
79	3	4	3	2	3	2	17
80	5	3	5	4	2	3	22
81	4	4	3	5	3	5	24
82	3	4	4	3	5	3	22
83	3	1	4	2	4	2	16
84	5	5	5	4	5	4	28
85	4	3	4	4	2	3	20
86	3	4	3	5	3	5	23

87	3	4	4	4	3	5	23
88	4	3	2	4	4	2	19
89	3	4	3	2	3	2	17
90	5	3	5	4	2	3	22
91	4	4	3	5	3	5	24
92	3	4	4	3	5	3	22
93	3	1	4	2	4	2	16
94	5	5	5	4	5	4	28
95	3	5	3	4	3	5	23
96	3	5	3	4	3	5	23
97	4	5	5	4	3	2	23
98	5	4	4	4	5	5	27
99	4	5	3	3	4	4	23
100	4	2	3	4	3	4	20
101	1	2	2	2	1	2	10
102	3	5	3	3	5	4	23
103	4	4	4	2	3	2	19
104	2	5	3	4	5	2	21
105	3	4	5	5	4	5	26
106	5	4	3	3	3	4	22
107	5	4	4	3	4	5	25

108	5	3	5	4	2	4	23
109	1	2	1	2	3	2	11
110	2	3	3	5	4	3	20
111	4	3	4	3	3	5	22
112	4	4	3	3	4	4	22
113	5	4	3	5	3	2	22
114	4	2	4	4	3	5	22
115	4	3	4	4	2	3	20
116	4	5	4	4	5	3	25

No.	Keputusan Pembelian (Y)								
	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	total
1	2	1	4	2	3	4	3	2	21
2	3	2	2	2	1	2	4	2	18
3	5	2	3	4	2	3	5	3	27
4	4	3	2	3	3	3	2	1	21
5	3	4	5	3	4	4	5	3	31
6	3	2	3	4	4	3	5	3	27
7	2	3	4	2	3	4	3	5	26
8	2	2	4	4	5	3	5	4	29
9	5	3	2	3	3	3	5	2	26
10	2	2	3	4	3	4	4	2	24
11	1	2	3	2	2	1	1	1	13
12	3	3	4	3	2	5	3	2	25
13	4	4	3	1	2	3	5	3	25
14	4	3	2	2	3	2	4	3	23
15	2	3	2	3	4	4	3	2	23
16	2	4	3	2	2	3	3	3	22
17	2	3	2	3	2	3	1	2	18
18	3	2	3	2	1	2	1	3	17
19	2	2	3	2	4	4	4	5	26

20	3	2	3	2	3	5	3	2	23
21	2	4	4	3	5	2	5	3	28
22	4	3	4	2	3	2	3	2	23
23	2	3	4	2	3	3	3	3	23
24	3	5	3	4	4	3	3	3	28
25	3	2	3	2	2	3	4	2	21
26	2	5	2	5	3	3	5	3	28
27	5	2	4	2	3	3	4	3	26
28	2	2	3	2	2	3	3	4	21
29	2	2	2	4	2	5	1	2	20
30	2	3	2	4	2	3	5	5	26
31	3	3	2	3	3	5	4	4	27
32	2	3	2	3	2	3	1	3	19
33	3	4	3	5	2	5	5	4	31
34	4	3	2	3	3	3	3	4	25
35	5	4	3	2	3	4	4	3	28
36	2	1	3	2	1	3	3	1	16
37	5	3	2	3	3	2	3	4	25
38	2	3	2	2	4	3	3	2	21
39	3	3	4	4	4	3	4	2	27
40	3	5	3	2	4	5	4	3	29

41	2	3	2	3	4	3	2	5	24
42	3	2	4	5	4	3	5	4	30
43	4	4	3	4	3	4	3	4	29
44	2	2	1	2	3	4	2	1	17
45	2	2	4	4	3	3	4	3	25
46	4	3	2	3	3	3	2	2	22
47	2	2	3	2	3	3	5	4	24
48	2	3	3	1	3	3	2	4	21
49	3	2	2	2	3	5	3	4	24
50	3	1	2	2	3	3	1	2	17
51	4	3	2	2	3	4	3	2	23
52	4	3	2	5	2	3	3	4	26
53	2	3	2	3	2	3	4	4	23
54	2	3	2	4	2	5	5	4	27
55	3	5	4	4	2	1	5	4	28
56	5	3	2	4	2	3	5	5	29
57	2	3	4	3	2	4	5	5	28
58	3	2	3	2	1	2	5	4	22
59	4	2	2	3	3	2	1	2	19
60	3	3	2	2	1	5	3	5	24
61	4	5	3	2	4	2	3	5	28

62	2	3	4	3	4	3	3	4	26
63	4	3	2	3	2	4	2	5	25
64	2	4	2	3	4	2	3	4	24
65	5	2	3	5	5	4	2	3	29
66	5	3	3	2	4	3	3	3	26
67	5	4	5	4	3	3	4	2	30
68	3	5	5	4	3	2	3	5	30
69	2	3	2	3	4	4	3	2	23
70	2	4	3	2	2	3	3	3	22
71	2	3	2	3	2	3	1	2	18
72	3	2	3	2	1	2	1	3	17
73	2	2	3	2	4	4	4	5	26
74	3	2	3	2	3	5	3	2	23
75	2	4	4	3	5	2	5	3	28
76	4	3	4	2	3	2	3	2	23
77	2	3	4	2	3	3	3	3	23
78	3	5	3	4	4	3	3	3	28
79	3	2	3	2	2	3	4	2	21
80	2	5	2	5	3	3	5	3	28
81	5	2	4	2	3	3	4	3	26
82	2	2	3	2	2	3	3	4	21

83	2	2	2	4	2	5	1	2	20
84	2	3	2	4	2	3	5	5	26
85	2	4	4	3	5	2	5	3	28
86	4	3	4	2	3	2	3	2	23
87	2	3	4	2	3	3	3	3	23
88	3	5	3	4	4	3	3	3	28
89	3	2	3	2	2	3	4	2	21
90	2	5	2	5	3	3	5	3	28
91	5	2	4	2	3	3	4	3	26
92	2	2	3	2	2	3	3	4	21
93	2	2	2	4	2	5	1	2	20
94	2	3	2	4	2	3	5	5	26
95	3	3	2	3	3	5	4	4	27
96	3	3	2	3	3	5	4	4	27
97	2	3	2	3	2	3	1	3	19
98	3	4	3	5	2	5	5	4	31
99	4	3	2	3	3	3	3	4	25
100	5	4	3	2	3	4	4	3	28
101	2	1	3	2	1	3	3	1	16
102	5	3	2	3	3	2	3	4	25
103	2	3	2	2	4	3	3	2	21

104	3	3	4	4	4	3	4	2	27
105	3	5	3	2	4	5	4	3	29
106	2	3	2	3	4	3	2	5	24
107	3	2	4	5	4	3	5	4	30
108	4	4	3	4	3	4	3	4	29
109	2	2	1	2	3	4	2	1	17
110	2	2	4	4	3	3	4	3	25
111	4	3	2	3	3	3	2	2	22
112	2	2	3	2	3	3	5	4	24
113	2	3	4	3	2	4	5	5	28
114	3	2	3	2	1	2	5	4	22
115	2	4	4	3	5	2	5	3	28
116	5	2	3	4	2	3	5	3	27

LAMPIRAN IV

HASIL PENGUJIAN ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.447	.437	2.89293

a. Predictors: (Constant), Product_Knowledge, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	764.808	2	382.404	45.693	.000 ^b
	Residual	945.701	113	8.369		
	Total	1710.509	115			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

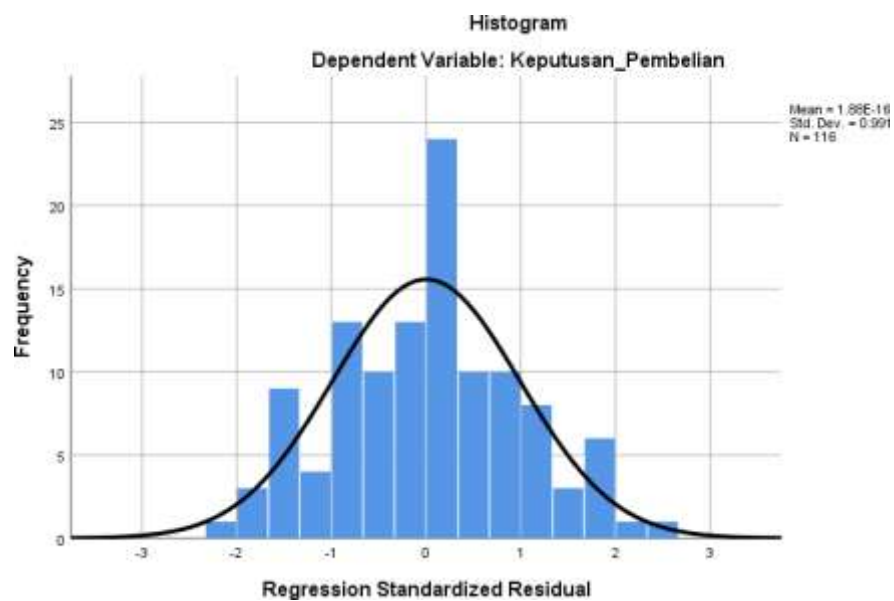
b. Predictors: (Constant), Product_Knowledge, Kualitas_Produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

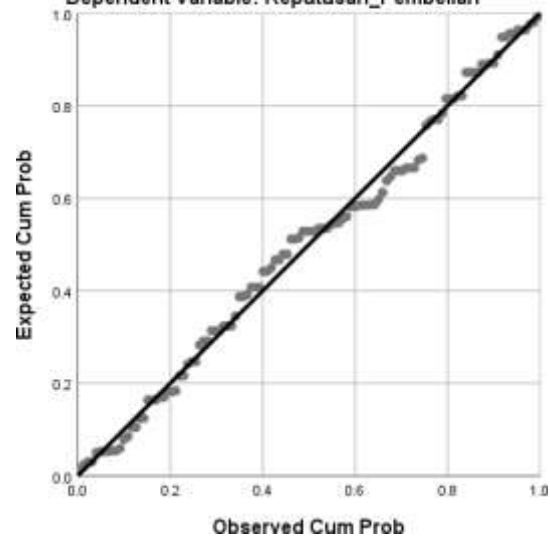
1	(Constant)	7.061	1.832		3.854	.000		
	Kualitas_Produk	.356	.073	.358	4.843	.000	.893	1.120
	Product_Knowledge	.491	.079	.459	6.204	.000	.893	1.120

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian



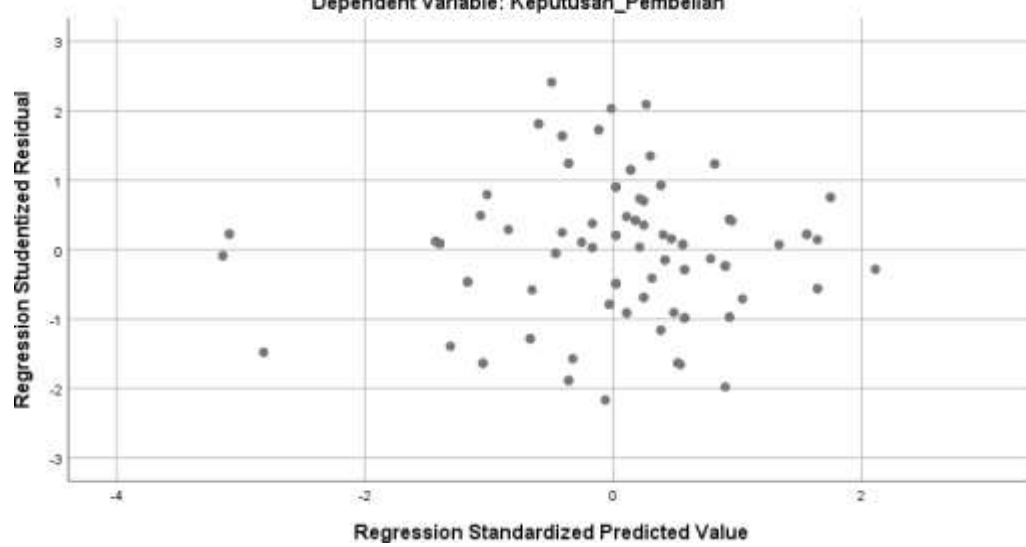
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan_Pembelian



Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan_Pembelian



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.86766201
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.055
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : iso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 17 Oktober 2022

Nomor : 5796/R/STIE-EP/X/2022

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth
Bapak/Ibu Pimpinan PT. Santani Sejahtera
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Tania Surya Jaya
NIM	: 191010014
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kualitas Produk dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. Santani Sejahtera yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



P.T. SANTANI SEJAHTERA

PESTICIDE - FERTILIZER - SEEDS & GENERAL MERCHANT

Jln. Dr. F. L. Tobing No. 32-C Phone (061) 4565262 - 4574626 - 4573026

Fax (061) 4567890 Medan 20212 MEDIAN - INDONESIA

Email: santani@mdn.prima.net.id Website: www.santanisejahtera.com

Perihal : Surat Pemberian Izin Riset Penelitian

Kepada Yth

STIE Eka Prasetya

Ditempat

Dengan hormat,

Kami selaku pihak manajemen dari PT. Santani Sejahtera, dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : Tania Surya Jaya

Nim : 191010014

Mahasiswa : STIE Eka Prasetya

Program Studi : Manajemen

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di perusahaan kami dengan permasalahan dan judul "**Pengaruh Kualitas Produk dan *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Santani Sejahtera.**"

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Medan, 18 Januari 2023

PT. SANTANI SEJAHTERA

Surivand

Head HRD



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : TANIA SURYA JAYA
NIM : 191010014
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Selasa / 25 Januari 2022	Jessica JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Persediaan Barang dan Relationship Marketing terhadap PT. Sinar Gemilang Perdana Mandiri (Distribusi Semen Merah Putih)	181010086	
2.	Selasa / 25 Januari 2022	Winda JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Benih Tanaman "Home Garden Seed" Pada CV. Jalan Tengah Perdana	181010051	
3.	Jumat / 28 Januari 2022	Jostin JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Fasilitas Persediaan Barang, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Penggunaan Kartu Kredit SPBU Singapore Station Adahi Mall.	181010144	
4.	Senin / 7 Februari 2022	Devina JUDUL PROPOSAL: Analisis Pengaruh Harga dan Penjualan Personal Sales Terhadap Kinerja Penjualan Pada PT. SWARNA KUNIA SENTOSA	181010161	
5.	Senin / 7 Februari 2022	Rios Pratama JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Merek Terhadap Tingkat Penjualan Produk PT. IMPOTERAS SUMATERA	181010137	
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ...20....
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : TANIA SURYA JAYA

NIM : 191010014

Kelas : PEMASARAN B

Konsentrasi : ~~Kewirausahaan~~, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0857 7009 7293 Email: tania.sj.36@gmail.com

Alamat Tinggal: Jalan berlian sari No.118

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dr. Siti R. S. S., SE., M.Si

Nama Dosen Pembimbing 2:

Desma Erika Maryati M.S.Pd., M.Si

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	26-9-2022	diskusi permasalahan	
2	5-10-2022	penetapan pemilihan judul	
3	7-10-2022	ACC judul	
4	26-1-2023	Bab 1: Semua penyebab variabel volany, tabel pengujian, dan hasil pengujian masalah diambil dari latar belakang, semua jenis produk dilampirkan	
5	31-1-2023	Bab 2: Revisi setiap kalimat	
6	6-2-2023	Bab 3: Revisi bagian sampel dan kalimat	
7		Revisi Bab 1, mengoreksi semua tera bazar kata langsung	
8	9-2-2023	menurut 227	
9	9-2-2023	ACC Skempro	
10	25-4-2023	Bimbingan Bab 4 dan Bab 5	
11	28-4-2023	Revisi pembatasan di Bab 4	
12	2-5-2023	Revisi di bagian pembatasan	
13	3-5-2023	~~Revisi~~ Revisi Bab 4 dan Bab 5	
14	4-5-2023	ACC sedang	
15			
16			
17			

REVISI SIDANG

No Tanggal

Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi

Ttd Dosen Penguji

1 28-3-2023

Revisi Skempro

2

3

4

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

[Signature]

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : TANIA SUPYA JAYA

NIM : 191010014

Kelas : PEMASARAN B

Konsentrasi : ~~Kewirausahaan~~, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0857 7009 7293 Email: taniasj36@gmail.com

Alamat Tinggal: Jalan Barlian Sari No. 118

Nama Dosen Pembimbing 1:

Pr. Sri Rezeki, SE, M.Si

Nama Dosen Pembimbing 2:

Desma Erika Maryati M, S.Pd., M.Si

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	15-12-2022	ganti indikator X1, indikator X2 (maksud), indikator Y1, kuram Teori Y1, X2	Myl
2	13-1-2023	ubah variabel di perlu di bah. Boleh lanjut untuk BAB 1, 2, 3	Myl
3	27-1-2023	Bab 1 : Teori - Fenomena - Data pendukung.	Myl
4		Bab 4 : Teori dari setiap variabel. Data penelitian terdahulu	Myl
5		Bab 11 : Metode penelitian di populasi. cek lagi	Myl
6	31-1-2023	Bab 1 : Data Pendukung, tambahkan responden	Myl
7	6-2-2023	Bab 1 : peninjauan teori, dan di penelitian terdahulu dan rumus rumus	Myl
8	9-2-2023	Bab 3 : Edit bagian sampul dan capitan, tambahkan responden	Myl
9	10-2-2023	Bab 11 : Bab 11 (saya akan typo).	Myl
10	10-2-2023	ACC SEMPTD	Myl
11	31-3-2023	Metode wawancara, rekap data, notifikasi, harus bisa baca	Myl
12		hasil - bahasakan berkaitan dengan penelitian terdahulu	Myl
13	20-4-2023	layout, pembahasan di Bab 4	Myl
14	2-5-2023	lengkapi skripsi, perbaiki layout	Myl
15	4-5-2023	Perbaiki layout	Myl
16	11-5-2023	ACC Siderang	Myl
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Elyany Sinaga, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Tania Surya Jaya
Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 3 Februari 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Komplek Ladang Indah No.9K
Alamat Email : taniaj36@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Mahasiswi
Handphone (HP) : 085770097293

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 : SD Yayasan Harapan Mandiri Medan
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2016 : SMP W.R Supratman 2 Medan
3. Tahun 2016 s/d Tahun 2019 : SMA W.R Supratman 2 Medan
4. Tahun 2019 s/d Tahun 2023 : Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya Medan

RIWAYAT PEKERJAAN

Juli 2019 s/d Sekarang : Methodist-11

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Weldy Surya Jaya
Pekerjaan : Wirausaha
Handphone (HP) : 08126087318
Alamat : Komplek Ladang Indah No.9K

Nama Ibu : Mai Lin
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 087852105840
Alamat : Komplek Ladang Indah No.9K

Demikianlah daftar riwayat hidup saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 11 Mei 2023
Penulis



Tania Surya Jaya
191010014