



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK
CHEVROLET CAPTIVA**

Skripsi

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun :

Nama : Erwin Dwi Purnawan

NIM : 14020212130120

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2017

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erwin Dwi Purnawan
NIM : 14020212130120
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK CHEVROLET
CAPTIVA**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, September 2017
Pembuat Pernyataan

Erwin Dwi Purnawan
NIM. 14020212130120

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Chevrolet Captiva**

Nama Penyusun : Erwin Dwi Purnawan

NIM : 1402021213011120

Jurusan : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, September 2017

Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M.Si
NIP. 19660727.199203.1.001

Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si
NIP. 19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing

1. Dra. Sri Suryoko, M.Si (.....)

Dosen Penguji

1. Dr. Ari Pradhanawati, MS (.....)

2. Widayanto, S.Sos, M.Si (.....)

3. Dra. Sri Suryoko, M.Si (.....)

MOTTO

Apa yang kita alami sekarang bukan karena Tuhan tidak mengabulkan doa kita, tetapi kita yang tidak mesyukuri apa yang Tuhan berikan kepada kita.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus. Atas pertolongan yang tidak berkesudahan dalam hidup saya dan atas berkat-berkat yang selalu saya terima.
2. Kedua Orang Tua saya, Bapak Djumadi dan Ibu Sunarsih, kakak Yulianta Restuadhi dan adik Erlin Trisna Dewi yang selalu memberikan semangat dan doa.
3. Sahabat terbaik, Negar, Bayu, Fista, Yulita, Tedjo, Alvin, Pram, Nonik, Vani.
4. Teman-teman seperjuangan Gandis, Yoga, Faisal, Uut, Asar, Satrio dan Retno yang selalu menyemangati dan membantu menyelesaikan skripsi.
5. Teman-teman Administrasi Bisnis Undip 2012 terutama Kelas 12

ABSTRAK

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK CHEVROLET CAPTIVA**

Nama : **Erwin Dwi Purnawan**

NIM : **14020212130120**

Departemen : **Administrasi Bisnis**

Perkembangan industri otomotif di Indonesia mengalami perkembangan pesat, dengan banyaknya produsen kendaraan di Indonesia saat ini membuat konsumen mempunyai banyak pilihan sebelum memutuskan mobil mana yang dibeli. Pada tahun 2014-2016 Chevrolet Captiva tidak dapat mencapai target penjualan. Chevrolet Captiva seharusnya masih memiliki peluang untuk mencapai target. Chevrolet harus berusaha dapat mengetahui apa keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut, Chevrolet harus mencari tahu apa faktor yang mempengaruhi dalam melakukan keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Chevrolet Captiva pada konsumen Chevrolet Semarang.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory* dengan 45 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi dengan bantuan *software SPSS (Statistical Product and Service Solutions)* versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien korelasi 0,591 dan koefisien determinasi 35%, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien korelasi 0,621 dan koefisien determinasi 38,6%. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persamaan $Y = 4,362 + 0,199 X_1 + 0,317 X_2$. Hal ini berarti semakin berpengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kesimpulan penelitian adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun saran yang diberikan kepada perusahaan adalah untuk memperkuat kualitas produk dan mengevaluasi kembali kualitas pelayanannya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Title : THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND QUALITY OF SERVICE ON DECISION OF PURCHASE OF CAR BRAND “CHEVROLET CAPTIVA”
Name : Erwin Dwi Purnawan
Student Number : 14020212130120
Departement : Bussiness Administration

The development of the automotive industry in Indonesia has grown rapidly, with the number of vehicle manufacturers in Indonesia currently making

consumers have many choices before deciding which car to buy. In 2014-2016 Chevrolet Captiva can not achieve sales targets. Chevrolet Captiva should still have a chance to reach the target. Chevrolet should strive to know what the consumer wants and needs, Chevrolet should figure out what factors are affecting in making purchasing decisions.

This study aims to determine the effect of product quality and service quality variables on Chevrolet Captiva purchase decisions on Chevrolet Semarang consumers.

Type of this research is *explanatory* with 45 respondents were taken with *purposive sampling technique*. Data collection techniques used questionnaires and interviews. Data analysis technique used in this research is regression analysis with SPSS software (*Statistical Product and Service Solutions*) version 20.0.

The results showed that product quality has an effect on purchasing decision with correlation coefficient 0,591 and coefficient of determination 35%, Service quality has an effect on purchasing decision with correlation coefficient 0,621 and coefficient of determination 38,6%. Product quality and service quality together have influence to purchase decision with equation $Y = 4,362 + 0,199 X_1 + 0,317 X_2$. It means the more influential product quality and service quality will increase purchasing decisions.

The conclusion of research is product quality and service quality influence to purchasing decision. The advice given to the company is to strengthen product quality and re-evaluate the quality of its services.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Chevrolet Captiva”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program Sarjana Strata 1 (S1) Departemen Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah mendorong dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Sunarto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, M.Si, Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Dra. Sri Suryoko, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan serta arahan dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.

4. Dr. Ari Pradhanawati, MS selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji, memberikan saran, dan mengarahkan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Widayanto, S.Sos, M.Si selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan, memberikan bimbingan, memberikan perhatian, arahan, nasihat, dan saran.
6. Bambang Tri Hardono selaku *service manager* dan karyawan PT Automobil Jaya Mandiri Semarang yang telah membantu penulis dalam proses penelitian dan pembuatan skripsi.
7. Seluruh Dosen Pengajar di Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
8. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, September

2017

Penulis.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Keaslian.....	ii
Pengesahan	iii
Motto.....	iv
Lembar Persembahan.....	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Kerangka Teori.....	11
1.5.1. Kualitas Produk.....	12
1.5.2. Kualitas Pelayanan.....	14
1.5.3. Keputusan Pembelian.....	16
1.5.3.1. Faktor-Faktor.....	16
1.5.3.2. Proses Keputusan Pembelian.....	18
1.6. Hipotesis.....	25
1.7. Definisi Konsep	26
1.8. Definisi Operasional.....	27
1.9. Metode Penelitian.....	29
1.9.1. Tipe Penelitian.....	29
1.9.2. Populasi dan Sampel.....	30
1.9.2.1. Populasi.....	30

1.9.2.2. Sampel.....	30
1.9.3. Jenis dan Sumber Data.....	32
1.9.4. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1.9.4.1. Kuesioner.....	33
1.9.4.2. Wawancara.....	33
1.9.4.3. Studi Pustaka.....	33
1.9.5. Pengelolaan Data	34
1.9.6. Skala Pengukuran.....	35
1.9.7. Instrumen Penelitian.....	37
1.9.8. Metode Analisis Data.....	37

BAB II GAMBARAN UMUM PT. AUTOMOBIL JAYA MANDIRI

2.1 Sejarah Berdirinya PT. Automobil Jaya Mandiri	44
2.2 Produk dan Jasa	45
2.3 Visi dan Misi.	47
2.3.1. Visi PT. Automobil Jaya Mandiri	47
2.3.2. Misi PT. Automobil Jaya Mandiri.....	47
2.4. Struktur Organisasi PT. Automobil Jaya Mandiri	48
2.5. Identifikasi Responden.....	60
2.5.1 Usia Responden.....	61
2.5.2. Jenis Kelamin Responden.....	61
2.5.3. Tingkat Pendidikan responden.....	62
2.5.4. Status Perkawinan Responden	63
2.5.5 Pekerjaan Responden.....	63
2.5.6. Pendapatan Responden	64
2.5.7. Lama Menggunakan Chevrolet Captiva	64

BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK CHEVROLET CAPTIVA

3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.2. Analisis Deskriptif.....	70

3.2.1. Variabel Kualitas Produk.....	71
3.2.1.1. Konsumsi Bahan Bakar.....	72
3.2.1.2. Kenyamanan Dalam Berkendara.....	73
3.2.1.3. Kestabilan Mobil.....	74
3.2.1.4 Kunci Pengaman.....	74
3.2.1.5 Kelengkapan Interior.....	75
3.2.1.6 Kelengkapan Eksterior.....	76
3.2.1.7 Kinerja Mesin Chevrolet Saat Menanjak.....	77
3.2.1.8 Daya Tahan Mesin Chevrolet.....	77
3.2.1.9 Penampilan (disain).....	78
3.2.1.10 Nama Baik (<i>Reputation</i>).....	79
3.2.1.11. Rekapitulasi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	80
3.2.1.12. Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	81
3.2.2. Variabel Kualitas Pelayanan.....	84
3.2.2.1. Ketersediaan Suku Yang Memadai.....	85
3.2.2.2. Garansi Service Yang Memadai.....	85
3.2.2.3. Garansi Mesin.....	86
3.2.2.4. Kemudahan Service Berkala.....	86
3.2.2.5. Ketrampilan Teknisi.....	87
3.2.2.6. Ketersediaan Bengkel Resmi.....	88
3.2.2.7. Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	89
3.2.2.8. Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	90
3.2.3. Variabel Keputusan Pembelian.....	93
3.2.3.1. Waktu Pencarian Informasi Intensif.....	93
3.2.3.2. Kesesuaian Dengan Kebutuhan Alat Transportasi.....	94
3.2.3.3. Pemilihan Alternatif Sebagai Pembanding.....	95
3.2.2.4. Kesiapan Merekomendasikan.....	96
3.2.2.5. Mobil Chevrolet Sebagai Pilihan Utama.....	96
3.2.3.4. Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	97

3.2.3.5. Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	99
3.3. Analisis Data.....	101
3.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	101
3.3.1.1. Koefisien Korelasi.	102
3.3.1.2. Koefisien Determinasi.	102
3.3.1.3. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	104
3.3.1.4. Uji t (Uji Signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian).	105
3.3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian..	108
3.3.2.1. Koefisien Korelasi	108
3.3.2.2. Koefisien Determinasi	109
3.3.2.3. Analisis Regresi Linear Sederhana	110
3.3.2.4. Uji t (Uji Signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian).	111
3.3.3. Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	114
3.3.3.1 Koefisien Korelasi Berganda	114
3.3.3.2. Koefisien Determinasi Berganda.....	115
3.3.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda	116
3.5.1.4. Uji f (Uji Signifikan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	118
3.4. Pembahasan	120
BAB IV PENUTUP	
4.1 Kesimpulan.....	122
4.2. Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA.	125
LAMPIRAN.	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penjualan Mobil di Indonesia Tahun 2012-2015	5
Tabel 1.2. Penjualan Mobil Captiva Kota Semarang	7
Tabel 1.3. Skala Likert	36
Tabel 1.4. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	39
Tabel 2.1. Harga Mobil Chevrolet Semarang Periode 2017	45
Tabel 2.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 2.3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 2.4. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 2.5. Identitas Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	63
Tabel 2.6. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 2.7. Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	64
Tabel 2.8. Identitas Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	

Chevrolet.....	65
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas	68
Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	70
Tabel 3.3. Konsumsi Bahan Bakar Chevrolet	72
Tabel 3.4. Kenyamanan Saat Berkendara	73
Tabel 3.5. Kestabilan Mobil	74
Tabel 3.6. Kunci Pengaman	74
Tabel 3.7. Kelengkapan Interior	75
Tabel 3.8. Kelengkapan Eksterior.....	76
Tabel 3.9. Kinerja Mesin Chevrolet Saat Menanjak.....	77
Tabel 3.10. Daya Tahan Mesin Chevrolet	78
Tabel 3.11. Penampilan (disain)	78
Tabel 3.12. Nama Baik (<i>Reputation</i>)	79
Tabel 3.13. Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk ..	80
Tabel 3.14. Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	83
Tabel 3.15. Ketersediaan Suku Cadang yang Memadai	85
Tabel 3.16. Garansi yang Memadai	85
Tabel 3.17. Garansi Mesin	86
Tabel 3.18 Kemudahan Service Berkala.....	87
Tabel 3.19. Ketrampilan Teknisi	88
Tabel 3.20. Ketersediaan Bengkel Resmi	88
Tabel 3.21. Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	89
Tabel 3.22. Kategorisasi Kualitas Pelayanan	93
Tabel 3.23. Tidak Butuh Waktu Lama Untuk Mencari Informasi Tentang Chevrolet Captiva Sebelum Melakukan Pembelian	94
Tabel 3.24. Mobil Chevrolet Captiva Sesuai Dengan Kebutuhan.....	95
Tabel 3.25. Tidak Mencari Alternatif Merek Lain Untuk Memutuskan Membeli Chevrolet Captiva	95
Tabel 3.26. Bersedia Merekomendasikan Produk Chevrolet Captiva Pada Calon Pembeli	96

Tabel 3.27.	Mobil Chevrolet Sebagai Pilihan Utama	97
Tabel 3.28.	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	98
Tabel 3.29.	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	101
Tabel 3.30.	Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	102
Tabel 3.31.	Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	103
Tabel 3.32.	Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	104
Tabel 3.33.	Uji t Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	106
Tabel 3.34.	Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	108
Tabel 3.35.	Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	109
Tabel 3.36.	Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	110
Tabel 3.37.	Uji T Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	112
Tabel 3.38.	Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	114
Tabel 3.39.	Koefisien Determinasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	115
Tabel 3.40.	Regresi Linier Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	116
Tabel 3.41.	Uji F Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	118

TABEL GAMBAR

Gambar 1.1. Proses Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 1.2. Kerangka Hipotesis.....	26
Gambar 1.3. Kurva Hasil Uji-t	42
Gambar 1.4. Kurva Uji F.....	43
Gambar 2.1. Struktur Organisasi PT. Autoobil Jaya Mandiri	48
Gambar 3.1. Uji t Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	107
Gambar 3.2. Uji t Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian...	113
Gambar 3.3. Uji f Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	119