

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PENJUALAN MAKRONI AKIFA**

KTI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)

Pada Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh

Noorliana

NPM : 202163411190

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PENJUALAN MAKRONI AKIFA**

KTI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)

Pada Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh

Noorliana

NPM : 202163411190

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI**

2024

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN KTI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Noorliana

NPM : 202163411190

Judul KTI : **Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penjualan Makaroni Akifa**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa KTI yang saya tulis adalah hasil karya saya sendiri bukan hasil jiplakan atau plagiat dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma diperguruan tinggi manapun.

Sepanjangn pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini disebut dalam daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari ternyata saya terbukti melakukan pelanggaran akademik tersebut diatas, saya bersedia menerima sanksi dicabut ijazah serta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Amuntai ,

Yang membuat pernyataan



Noorliana

TANDA PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PENJUALAN MAKRONI AKIFA**

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan
Pada tanggal, 03 Agustus 2024

Untuk dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
Disetujui

Ketua
Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B CLMA^R
NIK.19940609 201509 1 020

Dosen Pembimbing

Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR
NIDN. 1128088801

Disahkan Oleh

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Reno Afrizal, S.Sos, M.AP, CIQnR, CIQaR
NIK. 19891025 201807 1 030

PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PENJUALAN MAKRONI AKIFA**



Disusun Oleh :

Noorliana

NPM : 202163411190

Telah dipertahankan di depan Tim Penguju Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai pada tanggal 03 Agustus 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya.

Susunan Tim Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR	
Merangkap		
Anggota		
Sekretaris	Jumai Latte, S.AB.M.AB	
Merangkap		
Anggota		

Amuntai, 03 Agustus 2024

**Ketua
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B CLMA^R
NIK.19940609 201509 1 020**

**Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai**



**Dr. Reno Affria, S.Sos, M.AP, CIQnR, CIQaR
NIK. 19891025 201807 1 030**

ABSTRAK

Norliana, NPM : 202163411190, Judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PENJUALAN MAKARONI AKIFA** ” Dibawah bimbingan ibu Eka Santi Agustina S.Sos,MM, CIQaR, CIQnR

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Kualitas Produk dan Iklan berpengaruh secara simultan. Teknik pengumpulan data yang dikumpulkan melalui, kuisioner, observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji Reliabilitas, dan uji Asumsi Klasik dengan bantuan SPSS 21.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah ditemukan persamaan regresi berganda $Y = 9,9851 + 0,173X_1 + 0,42X_2$. Pada uji F atau hipotesis secara simultan diperoleh temuan F hitung berjumlah $142,864 > F$ tabel sebesar 3,11 dan $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ memperlihatkan jika Kualitas Produk dan Iklan secara simultan dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada makaroni akifa Sementara itu, variabel Kualitas produk secara parsial memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian sebab value t tabel = 1,664 kurang dari t hitung = 5.353 dan value signifikansi kurang dari 0,05. Akan tetapi, iklan tidak mempunyai dampak yang nyata pada keputusan untuk membeli sebab value signifikansi kurang dari 0,05 dan value t hitung berjumlah 1,423 lebih kecil dari t tabel yang bernilai 1,664.

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh pembelian kualitas produk dan iklan terhadap keputusan konsumen pada penjualan makaroni akifa terdapat pengaruh antara pembelian dan keputusan konsumen pada penjualan makaroni akifa. Bagi pemilik usaha diharapkan agar dapat mempertahankan kualitas barang dan iklan yang terjangkau di masyarakat agar masyarakat tetap membeli.

Kata kunci: Pengaruh, Produk dan iklan

ABSTRACT

Norliana, NPM : 202163411190, Title "**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND ADVERTISING ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS ON SALES OF AKIFA MACARONI**" Under the guidance of Mrs. Eka Santi Agustina S. Sos, MM, CIQaR, CIQnR

The purpose of this research is to determine the simultaneous influence of product quality and advertising. Data collection techniques were collected through questionnaires, observation, interviews and documentation. The data analysis techniques used are validity tests, reliability tests and classical assumption tests with the help of SPSS 21.

The results of this research were the multiple regression equation $Y = 9.9851 + 0.173X1 + 0.42X2$. In the simultaneous F or hypothesis test, the F count was found to be $142.864 > F$ table of 3.11 and $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ showing that product quality and advertising simultaneously and significantly influence consumer purchasing decisions for akifa macaroni. Meanwhile, the quality variable The product partially has a significant impact on purchasing decisions because the t table value = 1.664 is less than the calculated $t = 5,353$ and the significance value is less than 0.05. However, advertising does not have a real impact on the decision to buy because the significance value is less than 0.05 and the calculated t value is 1.423, which is smaller than the t table value of 1.664.

Based on research results on the influence of product purchases and advertising on consumer decisions on selling Akifa macaroni, there is an influence between purchasing and consumer decisions on selling Akifa macaroni. Business owners are expected to be able to maintain the quality of goods and advertise at affordable prices in the community so that people continue to buy.

Keywords: Influence, Products and advertising

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat Rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan KTI ini dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PENJUALAN MAKRONI AKIFA**. KTI ini dibuat untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar pada Program Studi D3 Administrasi Bisnis di STIA Amuntai.

Dalam penyusunan dan penulisan KTI ini, peneliti banyak mendapat bimbingan, arahan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan KTI ini, kepada:

1. Bapak Dr. Retno Affrian, S.Sos, M.AP, CIQnR, CIQaR, Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
2. Bapak Haris Fadillah, S.Sos, M.A.B. CPSM^R Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
3. Ibu Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR, selaku Dosen Pembimbing penelitian, yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan semangat hingga KTI ini bisa selesai.
4. Bapak Abdul Basid dan Ibu Arfiana, selaku pemilik Usaha Rumahan Makroni Akifa yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan kesempatan untuk peneliti melakukan penelitian di Usaha Rumahan Makroni Akifa di Desa Sungai Karias Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara.

5. Kepada Para Dosen dan Staf Akademik STIA Amuntai yang telah menyumbangkan ilmu pengetahuan dan bantuan lainnya.
6. Kepada Ayah tercinta Salman dan Ibu Rusmiati yang telah mendukung secara material dan non material, serta memberikan semangatnya kepada saya.
7. Kepada suami saya Berkatullah, saudara/i saya, dan anak-anak saya yang telah menyemangati, mendukung dan mendoakan peneliti untuk segera menyelesaikan KTI.

Akhir kata dari saya, semoga KTI saya dapat bermanfaat bagi saya sendiri tentunya dan para pembaca dan menjadikan pengetahuan bagi teman-teman.

Penulis



Noorliana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KEASLIAN KTI	iii
TANDA PERSETUJUAN.....	iv
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR.....	v
BERITA ACARA	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.5 Manfaat penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Tinjauan Teoritis	7
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk	12

2.2.3	Indikator Kualitas produk	14
2.2.4	Keputusan pembelian.....	14
2.3	Kerangka Pemikiran	17
2.4	Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN.....		19
3.1	Lokasi Penelitian	19
3.2	Pendekatan Penelitian.....	19
3.3	Tipe Penelitian	19
3.4	Populasi dan Sampel.....	19
3.4.1	Populasi.....	19
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	21
3.6	Instrumen Penelitian	22
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.8	Teknik Penentuan Skor	24
3.9	Uji Validas dan Reliabilitas	24
3.10	Uji Asumsi Klasik	25
3.11	Analisis Regresi Linier Berganda	27
3.12	Pengujian Hipotesis.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1	Gambaran Umum	30
4.2	Struktur Kepegawaian	30
4.3	Hasil Dan Pembahasan	30
4.4	Teknik Analisa Data.....	37
4.5	Pembahasan	44

BAB V PENUTUP	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 4.1 Struktur Kepegawaian Makaroni Akifa	30
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	39

DAFTAR TABEL

Table 1.1	Tabel Penjualan Makroni Akifa Tahun 2022-2024	3
Tabel 3.1	Instrumen Penelitian.....	22
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.4	Distribusi Variabel Penelitian Berdasarkan kualitas produk (X1)	33
Tabel 4.5	Distribusi Variabel Iklan (X2).....	34
Tabel 4.6	Distribusi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	34
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	37
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4.12	Hasil Uji F	42
Tabel 4.13	Hasil Uji T	43
Tabel 4.14	Hasil Koefisien Determinan	44