

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PONSEL VIVO (STUDI KASUS KECAMATAN  
RAWALUMBU BOJONG MENTENG KOTA BEKASI)**

**SKRIPSI**

**OLEH:  
FIVI APRILIANINGSIH  
201610325176**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Vivo (Studi Kasus Kecamatan Rawalumbu Bojong Menteng Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Fivi Aprilianingsih

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325176

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Ujian Skripsi : 24 Juli 2020

Jakarta, 06 Agustus 2020

MENYETUJUI,  
Pembimbing



Drs. Soehardi, M.B.A., Ph.D.  
NIDN : 0311096604

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Vivo (Studi Kasus Kecamatan Rawalumbu Bojong Menteng Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Fivi Aprilianingsih

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325176

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2020

Jakarta, 06 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. .....  
NIDN : 0325057908

Penguji I : Drs. Soehardi, M.B.A., Ph.D. .....  
NIDN : 0311096604

Penguji II : Widi Winarso, SE., M.M. .....  
NIDN : 0319067606

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN : 0325057908



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.  
NIDN : 0318107101

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji syukur tak akan pernah terhenti kita panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat, karunia dan hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi sebagai syarat memperoleh gelar Strata Satu (S1).

Dalam menyusun skripsi ini, tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang dialami penulis. Tetapi berkat kerja keras, optimisme dan dukungan dari semua pihak, akhirnya penulis bisa menyelesaikannya dengan semaksimal mungkin. Saran dan kritik yang membangun, akan dapat memberikan manfaat dan kemajuan bagi peningkatan penulis di masa yang akan datang.

Penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa dukungan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak, Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Inspektur Jendral Polisi (P) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal. S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Drs. Soehardi, M.B.A., Ph.D Selaku Pembimbing pertama, yang telah menuntun saya dalam menulis skripsi.
5. Ibundaku dan ayahku tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dan motivasi.
6. Teman luar biasaku Ridwan yang sangat baik dan selalu sabar dalam memberikan arahan dalam mencari ide-ide untuk penulisan skripsi ini, tak lupa yang selalu memberikan dukungan untukku.
7. Keluargaku yang telah mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya dalam menyusun skripsi ini

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses menyelesaikan Skripsi. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, 06 Agustus 2020



Fivi Aprilianingsih



## ABSTRAK

Fivi Aprilianingsih 201610325176 Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Vivo (Studi Kasus Kecamatan Rawalumbu Bojong Menteng Kota Bekasi)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian ponsel vivo. Variabel independent terdiri dari Harga, Kualitas Produk dan Promosi, dan variabel dependen terdiri dari Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan pada Kecamatan Rawalumbu Bojong Menteng. Dengan sampel yang berjumlah 91, yang dihitung dengan rumus slovin. Metode yang digunakan dalam pengolahan data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (y) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,722 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,663 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (y) dengan nilai  $t_{hitung}$  3,080 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,663 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,003 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05, Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $t_{hitung}$  6,670 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,663 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Secara simultan Harga, Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 81% sisanya 19% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

*Fivi Aprilianingsih 201610325176 Analysis of the Effect of Price, Product Quality and Promotion on Purchasing Decisions (Case Study in Rawalumbu Bojong Menteng District, Bekasi City).*

*This study aims to analyze the effect of price, product quality and promotion on purchasing decisions of vivo phones. The independent variable consists of Price, Product Quality and Promotion, and the dependent variable consists of the Purchase Decision. This research was conducted in the District of Rawalumbu Bojong Menteng. With a sample of 91, which is calculated by the Slovin formula. The method used in data processing uses multiple regression analysis. The results of this study indicate that the price significantly influences the purchase decision (y) with a t value of 3.722 greater than t table that is 1.663 with a significance value of 0.000 less than  $\alpha$  0.05. Product quality has a significant effect on purchasing decisions (y) with a value of t arithmetic 3.080 is greater than t table that is 1.663 with a significance value of 0.003 less than  $\alpha$  0.05, Promotion has a significant effect on purchasing decisions with t arithmetic 6.670 greater than t table is 1.663 with a significance value of 0.000 less than  $\alpha$  0.05. Simultaneously Price, Product Quality and Promotion have a significant effect on Purchasing Decisions. The coefficient of determination (Adjusted R<sup>2</sup>) of 81% the remaining 19% is explained by other factors not included in this study.*

*Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Purchase Decision.*

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Vivo (Studi Kasus Kecamatan Rawalumbu Bojong Menteng Kota Bekasi) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 06 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Fivi Aprilianingsih  
201610325176



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Batasan Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Landasan teori.....</b>	<b>13</b>
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Bauran pemasaran.....	14
2.1.3 Harga .....	23
2.1.4 Kualitas Produk.....	27
2.1.5 Promosi .....	28
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	30
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>32</b>
<b>2.3 Deskripsi Teori .....</b>	<b>35</b>
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	38
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.3.4 Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	40
<b>2.4 Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>42</b>
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.2 Tahapan Penelitian.....	43
3.3 Model Konseptual .....	46
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	47
3.5 Instrumen Penelitian .....	50
3.6 Waktu dan Tempat Penelitian.....	53
3.6.1 Tempat Penelitian .....	53

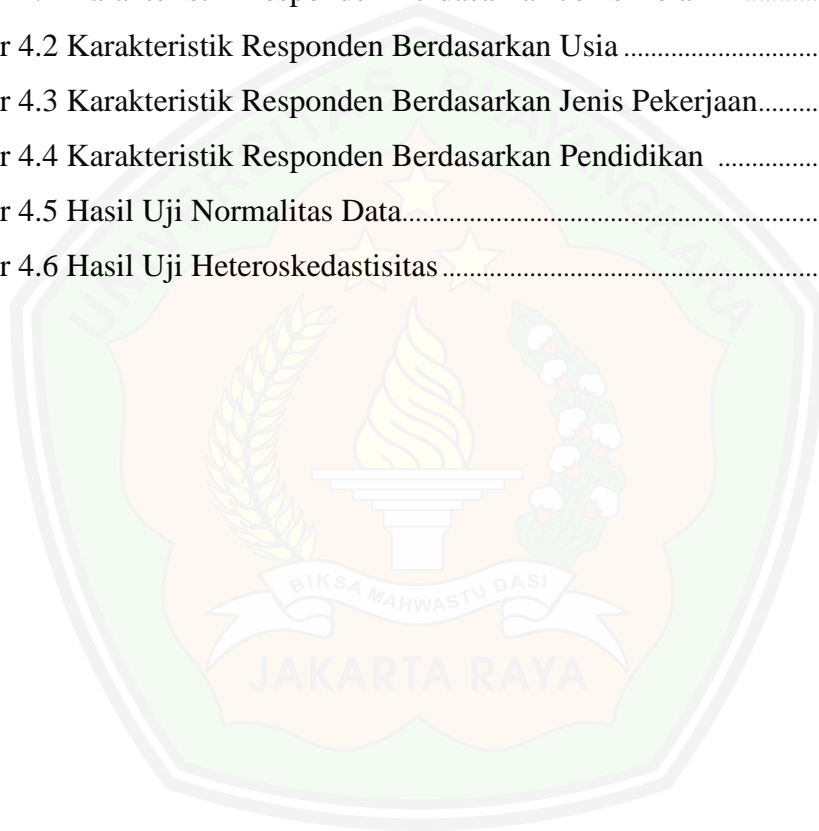
3.6.2 Waktu Penelitian .....	53
<b>3.7 Jenis dan Sumber Data</b> .....	53
3.7.1 Jenis Data .....	53
3.7.2 Sumber Data .....	54
<b>3.8 Metode pengumpulan data</b> .....	55
<b>3.9 Populasi dan Sampel</b> .....	55
3.9.1 Populasi.....	55
3.9.2 Sampel.....	56
<b>3.10 Metode Analisis Data</b> .....	57
3.10.1. Analisis Statistik dan Deskriptif.....	57
3.10.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
3.10.2.1 Uji Validitas .....	57
3.10.2.2 Uji Reliabilitas .....	58
3.10.3 Uji Asumsi Klasik .....	59
3.10.3.1 Uji Normalitas.....	59
3.10.3.2 Uji Autokorelasi .....	60
3.10.3.3 Uji Multikolonieritas.....	60
3.10.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.10.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	62
3.10.4.1 Koefisien Regresi .....	62
3.10.4.2 Koefisien Determinasi.....	63
3.10.5 Uji Hipotesis.....	63
3.10.5.1 Uji t .....	63
3.10.5.2 Uji f .....	64
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	66
4.1. Profil Perusahaan .....	66
4.1.1 Sejarah ponsel vivo.....	66
4.2. Analisis data deskriptif.....	67
4.3. Hasil dan Pembahasan .....	70
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	70
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
4.4. Uji Asumsi Klasik .....	73
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	73
4.4.2 Hasil Uji Autokorelasi .....	75
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	75
4.4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	77
4.5.1 Hasil Uji Koefisien Regresi .....	77
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79
4.6. Hasil Uji Hipotesis .....	80
4.6.1. Hasil Uji t.....	80
4.6.2. Hasil Uji f .....	82
4.7 Pembahasan.....	83
<b>BAB 5. PENUTUP</b> .....	86
5.1. Kesimpulan .....	86
5.2 Implikasi Manajerial .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persaingan Harga dan Produk.....	2
Tabel 1.2 Perbandingan Kualitas Produk dengan Brand lain .....	5
Tabel 1.3 Persaingan Sales Market Share.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian .....	51
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel .....	55
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.2 Hasil Reliabilitas Uji Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.3 Hasil Uji Autokorelasi.....	75
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas .....	75
Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Regresi .....	77
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	79
Tabel 4.7 Hasil Uji t.....	80
Tabel 4.8 Hasil Uji f .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen 4P dari Bauran Pemasaran.....	22
Gambar 2.2 Model Perilaku Pembeli .....	36
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	37
Gambar 3.1 Proses Penelitian Kuantitatif (Modifikasi dari Tuckman) .....	44
Gambar 3.2 Model Konseptual .....	47
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	68
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	69
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	69
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Data.....	74
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2. Data Tabulasi.....	101
Lampiran 3. Hasil SPSS .....	115
Lampiran 4. Hasil Uji Referensi .....	120
Lampiran 5. Hasil Uji Plagiat.....	123
Lampiran 6. Surat Keterangan Riset .....	124

