

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SMARTPHONE* OPPO PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**SKRIPSI**

Oleh :

**Khoirum Bariyah**

**201410325043**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYAKARA JAKARTA RAYA  
2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi

Nama Mahasiswa : Khoirum Bariyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325043

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2018



Bekasi, 14 Juli 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Handwritten signature of M. Fadhli Nursal in blue ink.

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIP 1602212

Pembimbing II

Handwritten signature of Dewi Sri Wulandari in blue ink.

Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc.  
NIP 031806082



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap  
Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO Pada  
Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Kampus Bekasi  
Nama Mahasiswa : Khoirum Bariyah  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325043  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2018

Bekasi, 23 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M  
NIP 0801124

Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIP 1602212

Penguji II : Hadita, S.Pd., M.M  
NIP 031606048

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIP 1602212

Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.

NIP 1508228



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus 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.

Bekasi, Juli 2018

Yang membuat pernyataan,

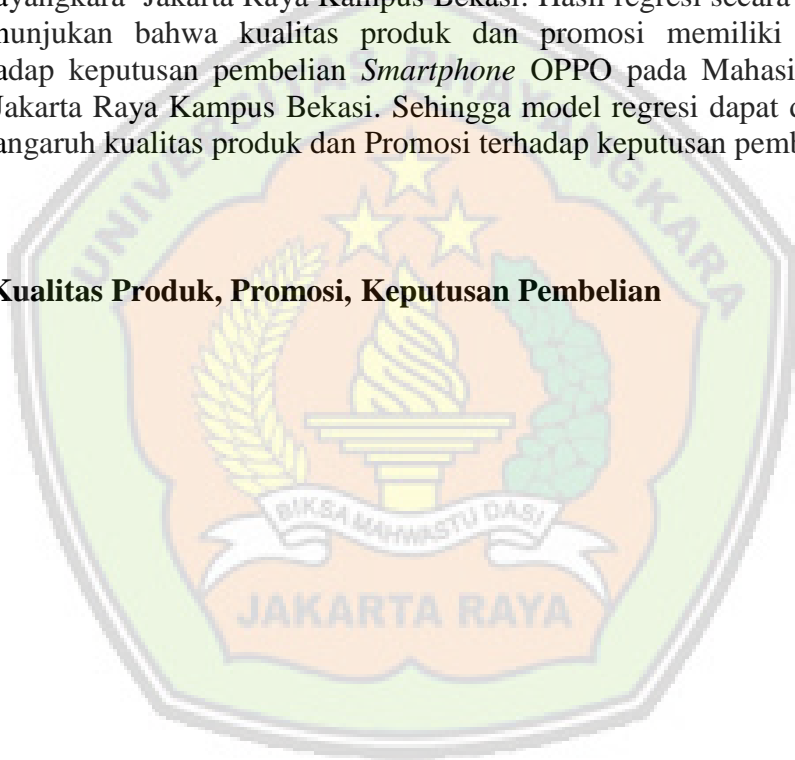
  
  
Khoirum Bariyah

201410325043

## ABSTRAK

**Khoirum Bariyah. 201410325043.** Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *Smartphone* OPPO pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang diolah adalah data primer dengan sampel 100 orang responden yang menggunakan rumus Slovin. Dengan menggunakan kuesioner dan skala likert, jawaban responden diolah dengan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution)*, dengan uji koefisien determinasi, analisis regresi berganda, uji T dan Uji F. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan secara individual (parsial) terhadap keputusan pembelian *Smartphone* OPPO pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi. Hasil regresi secara bersama – sama (simultan) menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* OPPO pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi. Sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pangaruh kualitas produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian**



## ABSTRACT

**Khoirum Bariyah. 201410325043.** *Product Quality And Promotion Analysis On Purchasing Decision Of OPPO Smartphone At Students Of Bhayangkara University Jakarta Raya Bekasi Campus. This study aims to examine the effect of product quality and promotion on purchasing decisions of OPPO Smartphones at Bhayangkara University Student Jakarta Raya Bekasi Campus. This research uses quantitative method. The processed data is primary data with sample of 100 respondents using Slovin formula. By using questionnaires and likert scales, respondents' answers were processed with SPSS (Statistical Product and Service Solution) program, with coefficient of determination test, multiple regression analysis, T test and F test. Based on the results of this study showed that product and promotion quality have significant influence individually (partial) to the OPPO Smartphone purchase decision to Students of Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi Campus. Regression results simultaneously show that product quality and promotion have significant influence on OPPO Smartphone purchasing decision at Bhayangkara University Student Jakarta Raya Bekasi Campus. So the regression model can be used to predict the quality of the product and the promotion of the purchase decision.*

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



## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan Alhamdulillahirobbil'alamiin sebagai ucapan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat, rahmat serta hidayah-Nya atas terselesainya penyusunan skripsi yang diajukan untuk menyusun skripsi sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada kesempatan tersebut penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu, dengan penuh hormat ucapan rasa terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Bapak Dr. Rorim Panday, M.M., MT. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, SE., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen dan selaku dosen pembimbing I.
4. Ibu Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing II.
5. Bapak Sukasihno dan Ibu Darmini selaku Orang Tua. yang telah memberikan dukungan, perhatian, serta doa yang terus dipanjatkan kepada Allah SWT.
6. Kepada Nandar Prastyo selaku suami, terimakasih atas dukungan doa, materil maupun non materil dan selalu menemani disaat saat yang sulit.
7. Tim Dongow (Ari, Eka, Endah, Agung, Agan, Dedi) terimakasih atas bantuan dan Kerjasamanya.
8. Tim Semok (Tyara, Tantri, Mardotillah) atas dukungan dan kerjasamanya.
9. Oyot (Ana, Arum, Tri, Anggi, Fusi, Suji, Syarah) terimakasih atas support dan doanya.
10. Serta teman-teman angkatan 2014 kelas 8B1 Manajemen atas kebersamaan dan semangatnya.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi, oleh karena itu penulis berharap bimbingan dan arahan dari berbagai pihak untuk penyempurnaan penyusunan skripsi agar lebih baik. Penulis

berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Bekasi, Juli 2018

Khoirum Bariyah

201410325043





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.5. Batasan Masalah .....	8
1.6. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Keputusan Pembelian .....	10
2.1.1 Struktur keputusan pembelian .....	10
2.1.2 Tahap – tahap dalam proses pembelian .....	12
2.1.3 Indikator keputusan pembelian .....	16
2.2 Kualitas Produk .....	16
2.2.1 Definisi kualitas .....	16
2.2.2 Definisi produk .....	17
2.2.3 Dimensi kualitas prooduk .....	17
2.2.4 Indikator kualitas produk .....	20
2.3 Promosi .....	21
2.3.1 Bauran Promosi .....	21
2.3.2 Langkah Pengembangan Promosi .....	22

2.3.3	Indikator Promosi.....	26
2.4	Penelitian Terdahulu.....	26
2.5	Kerangka Berpikir.....	29
2.5.1	Pengaruh $X_1$ terhadap Y.....	30
2.5.2	Pengaruh $X_2$ terhadap Y.....	31
2.5.3	Pengaruh $X_1$ dan $X_2$ terhadap Y.....	31
2.6	Hipotesis.....	32

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

3.1	Desain Penelitian.....	33
3.2	Tahapan Penelitian.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4	Operasional Variabel.....	35
3.5	Instrumen Penelitian.....	35
3.6	Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
3.6.1	Waktu Penelitian.....	37
3.6.2	Tempat Penelitian.....	37
3.7	Metode Pengambilan Sample.....	38
3.8	Metode Analisis Data.....	40
3.8.1	Uji Instrumen Penelitian.....	40
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.8.3	Analisis Regresi Berganda.....	42

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

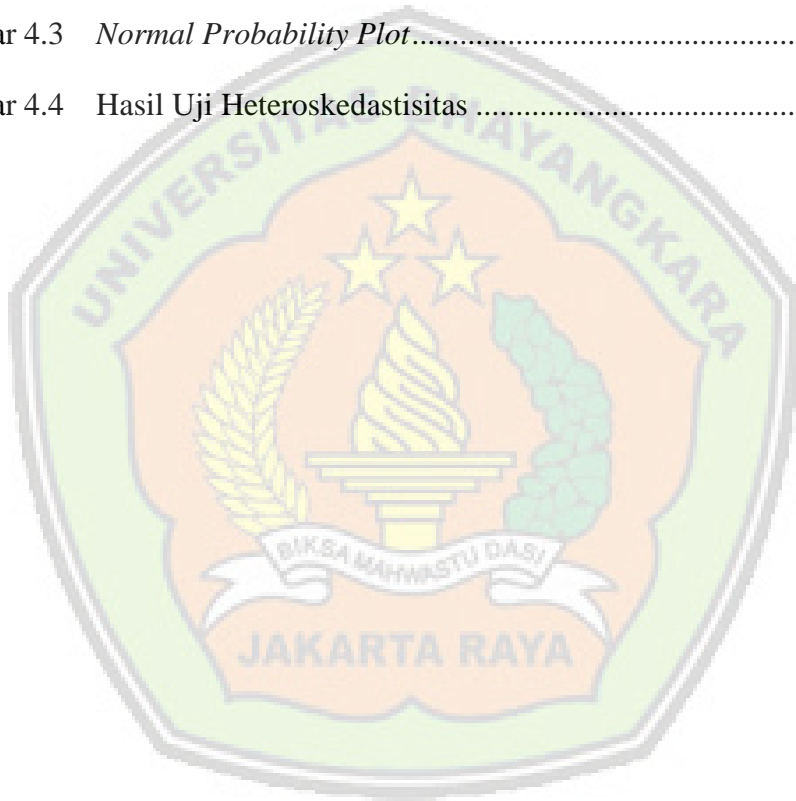
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	45
4.1.2	Sejarah Perusahaan Handphone OPPO.....	45
4.1.3	Visi dan Misi.....	46
4.2	Analisis Nilai Responden.....	47
4.2.1	Kategori Fakultas.....	47
4.2.2	Kategori Usia.....	48
4.2.3	Kategori Semester.....	50
4.2.4	Kategori Kelas.....	51
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernyataan ..	52

4.3	Hasil Analisis Data .....	54
4.3.1	Uji Validitas .....	54
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	56
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.1	Uji Normalitas.....	57
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.4.3	Uji Multikolinieritas .....	60
4.4.4	Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	62
4.4.5	Uji Regresi Linear Berganda .....	62
4.5	Uji Hipotesis .....	64
4.5.1	Uji t (Parsial).....	64
4.5.2	Uji F (Simultan) .....	67
4.6	Hasil Penelitian .....	69
4.6.1	Hambatan Penelitian .....	72
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
5.1	Kesimpulan .....	73
5.2	Implikasi Manajerial .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Lima Tahap Proses Membeli .....	12
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir .....	30
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian .....	34
Gambar 4.1	Kategori Fakultas .....	48
Gambar 4.2	Responden Kategori Usia.....	49
Gambar 4.3	<i>Normal Probability Plot</i> .....	59
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Data Trend Penjualan .....	5
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu .....	26
Tabel 3.1	Intrumen Penelitian.....	35
Tabel 3.2	Kategori Skoring Skala Likert .....	39
Tabel 4.1	Kategori Fakultas.....	47
Tabel 4.2	Kategori Usia .....	49
Tabel 4.3	Kategori Semester.....	50
Tabel 4.4	Kategori Kelas .....	47
Tabel 4.5	Data Responden Kulaitas Produk ( $X_1$ ) .....	52
Tabel 4.6	Data Responden Promosi ( $X_2$ ).....	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	54
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Promosi ( $X_2$ ) .....	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian ( $X_2$ ).....	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 4.12	Hasil Multikolinieritas .....	61
Tabel 4.13	Hasil Uji Korelasi Secara Keseluruhan .....	61
Tabel 4.14	Hasil Uji Determinasi .....	62
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	63
Tabel 4.16	Hasil Uji t (Parsial) .....	65
Tabel 4.17	Hasil Uji F (Simultan).....	67