

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN SMARTPHONE
XIAOMI**

**(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen di
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

Skripsi

Oleh:

Megawati Sukma Pratiwi

201510325268



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2019

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada pembelian smartphone Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Megawati Sukma Pratiwi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325268


Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian : 17 Juli 2019

Jakarta, 30 Juli 2019

MENYETUJUI

Pembimbing


Andrian, SE.,MM

NIDN: 0321077102

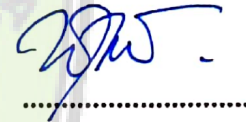
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Smartphone
Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi
Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta
Raya)
Nama Mahasiswa : Megawati Sukma Pratiwi
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325268
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2019

Jakarta, 30 Juli 2019

MENGESAHKAN,

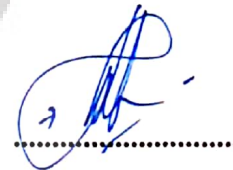
Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN: 0319067606



Penguji 1 : Hadita, S.Pd., M.M
NIDN: 0329048302



Penguji 2 : Andrian, S.E., M.M
NIDN: 0321077102



MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Manajemen

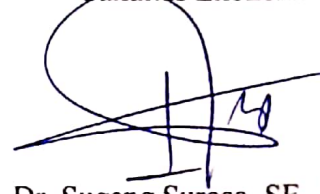


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, SE., MM

NIDN 0316066201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi kasus Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya), ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian 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, 30 Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Megawati Sukma Pratiwi

201510325268

iv

ABSTRAK

Megawati Sukma Pratiwi 201510325268 Skripsi ini dengan judul: Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi kasus Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pembelian smartphone Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang diolah adalah data primer dengan sampel 76 orang responden dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dengan menggunakan kuesioner, dan jawaban responden diolah dengan program SPSS 22, dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, analisis regresi linear berganda, uji T dan uji F. hasil penelitian pada taraf signifikan 5% = 0,05 menunjukkan bahwa: (1) variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,595 > 0,225$), (2) variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,823 > 1,992$), (3) variabel harga dan kepuasan konsumen terdapat pengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,049 > 3,12$), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka perusahaan perlu melakukan peningkatan, dalam hal ini meningkatkan harga dan kualitas produk yang lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada pembelian smartphone Xiaomi

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Megawati Sukma Pratiwi 201510325268 This thesis entitled: The Effect of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction in Xiaomi Smartphone Purchases (Case Study of the Faculty of Economics in Management Study Program at Bhayangkara University, Greater Jakarta). This study aims to examine the effect of price and product quality on consumer satisfaction on Xiaomi smartphone purchases for students at the Bhayangkara University, Jakarta Raya, Bekasi Campus. This research uses quantitative methods. The processed data is primary data with a sample of 76 respondents using nonprobability sampling with purposive sampling technique. By using a questionnaire, and respondent's answers were processed with SPSS 22 program, with validity test, reliability test, coefficient of determination test, multiple linear regression analysis, T test and F test. The results of the study at a significant level of $5\% = 0.05$ indicate that: (1) price variable has a positive effect on consumer satisfaction with a value of $t_{count} > t_{table}$ ($0.595 > 0.225$), (2) product quality variables have a positive effect on consumer satisfaction with $t_{count} > t_{table}$ ($2.823 > 1.992$), (3) variable prices and customer satisfaction simultaneous influence on customer satisfaction with the value of $F_{count} > F_{table}$ ($15,049 > 3,12$), based on the results of the research conducted, the company needs to make improvements, in this case increasing the price and quality of products better so that it can increase consumer satisfaction on purchases Xiaomi smartphone

Keywords: Price, Product Quality, and Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Tugas Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak Proposal Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan segera. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH.,MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Bapak Dr. Sugeng Suroso, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Bapak M.Fadhli Nursal, SE.,MM selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Andrian, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing, memotivasi, dan mengarahkan Penulis dalam penyusunan skripsi ini
5. Bapak Dr.Rorim Panday, MM, MT selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis
6. Ayahanda Tri Muryatno dan Ibunda Hamimah yang sangat kucintai, yang selalu menyayangi dan membimbingku dengan sabar dan tabah, berkorban demi segalanya dan memberikan do'a yang tulus demi keberhasilanku. Kakak-kakak (Ilham Kristianto Wibowo dan Annisa Dwi Septiani) yang tercinta yang telah menyemangati penulis dalam mengerjakan proposal skripsi ini.
7. Kak Eva Dean yang telah memotivasi dan menyemangati penulis dalam mengerjakan proposal skripsi ini
8. Rein Xiao Mi yang telah menyemangati penulis dalam mengerjakan penyusunan proposal skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya khususnya kelas 8-A4.

10. Sahabat-sahabat Penulis yang telah mensupport dan selalu menemani penulis dalam penyusunan skripsi ini

Akhir kata penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir/Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, 30 Juli 2019

Penulis

Megawati Sukma Pratiwi



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Penelitian.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Batasan Masalah.....	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2. Harga.....	8
2.2.1. Pengertian Harga.....	8
2.2.2. Tujuan Penetapan Harga.....	8

2.2.3.	Jenis-Jenis Harga.....	10
2.2.4.	Indikator-Indikator Harga.....	11
2.3.	Kualitas Produk.....	12
2.3.1.	Tujuan Kualitas Produk.....	12
2.3.2.	Indikator-Indikator Kualitas Produk.....	13
2.3.3.	Dimensi Persepsi Kualitas Produk.....	13
2.4.	Kepuasan Konsumen.....	14
2.4.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	14
2.4.2.	Membangun Kepuasan Konsumen.....	15
2.4.3.	Toleransi Kepuasan Konsumen.....	19
2.4.4.	Indikator-indikator Kepuasan Konsumen.....	19
2.5.	Penelitian Terdahulu.....	21
2.6.	Kerangka Pemikiran.....	25
2.7.	Hipotesis.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		27
3.1.	Desain Penelitian.....	27
3.2.	Tahapan Penelitian.....	27
3.3.	Model Konseptual Penelitian.....	28
3.4.	Pengertian Operasionalisasi Variabel.....	29
3.5.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.6.	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel.....	30
3.6.1.	Populasi.....	30
3.6.2.	Sampel.....	30
3.7.	Metode Analisis Data.....	31
3.7.1.	Uji Validitas.....	31
3.7.2.	Uji Realibilitas.....	31
3.7.3.	Uji Normalitas.....	32
3.7.4.	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7.4.1.	Multikolinieritas.....	32

3.7.4.2.	Heteroskedastisitas.....	33
3.7.5.	Uji Regresi Linear Berganda.....	33
3.7.6.	Uji Hipotesis.....	34
3.7.6.1.	Uji Simultan (Uji F).....	34
3.7.6.2.	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	35
3.7.6.3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1.	Gambaran Umum Profil Perusahaan.....	37
4.1.1.	Sejarah Ponsel Xiaomi.....	37
4.2.	Analisis Data Deskriptif.....	38
4.3.	Hasil Analisis Data.....	40
4.3.1.	Uji Validitas.....	40
4.3.2.	Uji Realibilitas.....	42
4.3.3.	Uji Normalitas.....	43
4.3.4.	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.3.4.1.	Uji Multikolinieritas.....	44
4.3.4.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.3.5.	Uji Regresi Linear Berganda.....	46
4.3.6.	Uji Hipotesis.....	48
4.3.6.1.	Uji T (Parsial).....	48
4.3.6.2.	Uji F (Simultan).....	49
4.3.7.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50

BAB V PENUTUP	52
5.1. Kesimpulan.....	52
5.2. Implementasi Manajerial.....	53
5.3. Saran.....	53

Daftar Pustaka

Lampiran



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Smartphone Xiaomi.....	3
Tabel 1.2 Daftar Harga Tipe Smartphone di Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji T.....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Gambar 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	39
Gambar 4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi

Lampiran 3 Hasil Uji SPSS 22

Lampiran 4 Sertifikat

