

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PONSEL XIAOMI
(Studi Kasus di Marga Mulya Bekasi Utara)**

SKRIPSI

**Oleh:
Lidia Surbakti
201410325178**



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi
terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Xiaomi di
Marga Mulya Bekasi Utara.

Nama Mahasiswa : Lidia Surbakti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325178

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2018



Bekasi, 26 Juli 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

Budi Indrawati, SE, MM

NIP 1103156

Don Haidy Abel, ST, MBA&E

NIP 031611058

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Xiaomi Pada Warga Teluk Buyung Bekasi Utara

Nama Mahasiswa : Lidia Surbakti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325178

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2018

Bekasi, 26 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaja, S.E., M.M
NIP: 0311116501

Penguji I : Budi Indrawati, SE, MM
NIP: 1103156

Penguji II : Haryudi Anas, S.E., M.S.M
NIP: 031503028

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen


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

Dekan
Fakultas Ekonomi


Dr. Rorim Panday, M.T., M.M
NIP. 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Xiaomi Pada Warga Rw 09 Teluk Buyung Bekasi Utara 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.

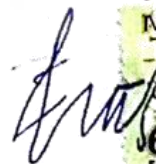
Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam atau 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, 26 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Lidia Surbakti

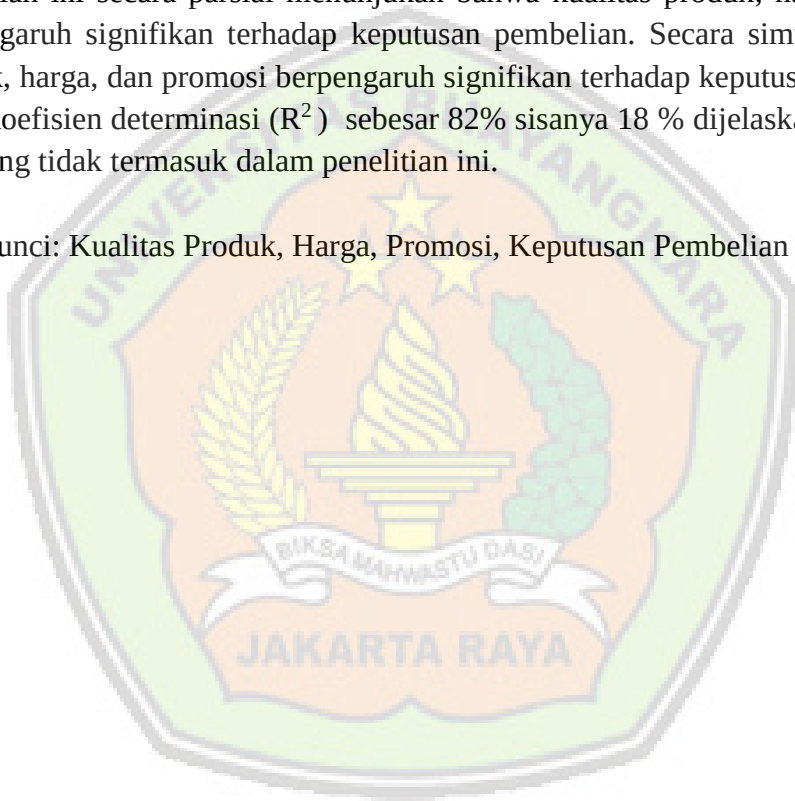
201410325178

ABSTRAK

Lidia Subakti 201410325178 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Harga Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Marga Mulya).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian ponsel xiaomi. Variabel independen adalah kualitas produk, harga, dan promosi, dan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Marga Mulya dengan menggunakan kuesioner. Dengan sampel 90, yang dihitung dengan rumus slovin. Metode pengolahan data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 82% sisanya 18 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

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



ABSTRACT

Lidia Subakti 201410325178 Analysis of Product Quality Promotion Price Effect on Purchase Decision (Case Study on Marga Mulya).

This study aims to analyze the effect of product quality, price, and promotion of mobile phone purchasing decisions xiaomi. The independent variables are product quality, price, and promotion, and the dependent variable is the purchase decision. This research was conducted in Marga Mulya Village by using questionnaire. With sample 90, which is calculated by the slovin formula. Method of data processing using multiple regression analysis. The results of this study partially indicate that product quality, price, promotion significant effect on purchasing decisions. Simultaneously product quality, price, and promotion have a significant effect on purchasing decision. The value of determination coefficient (R^2) of 82% of the remaining 18% is explained by other factors not included in this study.

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



KATA PENGANTAR

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

1. Irjen Pol (Purn) Drs. Bambang Karsono. S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Rorim Panday. M.M., M.T. 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. Ibu Budi Indrawati, S.E., M.M. Selaku Pembimbing pertama, yang telah menuntunku dalam menulis skripsi.
5. Bapak Don Haidy Abel, S.T., M.Sc. Selaku Pembimbing kedua, yang telah memberikan saran dan masukan dalam menulis skripsi.
6. Bapak Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom, MBA. selaku Pembimbing Akademik Kelas Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Ibu tercinta yang selalu memotivasi dan selalu mendoakan saya.
8. Patner Terbaikku Ridwan yang selalu mensupport dan membantu dalam mencari ide-ide penulisan skripsi.

9. Sahabat –sahabat ku Nawang dan Niswa yang selalu mensupport

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.

Bekasi, 26 Juli 2018

Lidia Surbakti





DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan teori	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Bauran pemasaran.....	7
2.1.3 Kualitas Produk.....	15
2.1.4 Harga.....	18
2.1.5 Promosi.....	21
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Teoritik	30
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian..	31
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.2.4 Pengaruh Kualitas produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3 Hipotesis.....	35
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Tahapan Penelitian.....	36
3.3 Model Konseptual	39
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
3.4.1 Instrumen Penelitian	44
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	47
3.5.1 Tempat Penelitian	47
3.5.2 Waktu Penelitian	47
3.6 Jenis dan Sumber Data	47
3.6.1 Jenis Data	47
3.6.2 Sumber Data.....	47

3.7 Metode pengumpulan data.....	47
3.8 Populasi dan Sampel.....	49
3.8.1 Populasi.....	49
3.8.2 Sampel.....	40
3.9 Metode Analisis Data.....	50
3.9.1. Uji Statistik dan Deskriptif.....	50
3.9.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.9.2.1 Uji Validitas	51
3.9.2.2 Uji Reliabilitas	52
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.9.3.1 Uji Normalitas	53
3.9.3.2 Uji Autokorelasi	53
3.9.3.3 Uji Multikolonieritas	54
3.9.3.4 Uji Heteroskedastisitas	55
3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda	55
3.9.4.1 Koefisien Regresi	55
3.9.5 Uji Hipotesis	57
3.9.5.1. Uji t	57
3.9.5.2. Uji f	57
3.9.5.3 Koefisien Determinasi	57
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Profil Perusahaan.....	60
4.1.1 Sejarah ponsel xiaomi.....	60
4.2. Analisis data deskriptif	60
4.3. Hasil dan Pembahasan.....	64
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	64
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
4.4. Uji Asumsi Klasik	68
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	68
4.4.2 Hasil Uji Autokorelasi	68
4.4.3 Hasil Uji Multikolonieritas.	69
4.4.4. Hasil Uji Heterokedasitas.....	70
4.5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	70
4.5.1 Hasil Uji Koefisien Regresi	71
4.6. Hasil Uji Hipotesis.....	75
4.6.1. Hasil Uji t	75
4.6.2. Hasil Uji f.....	77
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77
4.7 Pembahasan.....	78
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	78
4.7.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	79
4.7.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	79
4.7.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian	80
BAB 5. KESIMPULAN.....	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2 Implikasi Manajerial	82
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	34
Tabel 3.2 Pengukur Variabel	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir.....	63
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.3 Hasil Reliabilitas Uji Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolonieritas	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.7 Hasil Uji t	74
Tabel 4.8 Hasil Uji f	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Komponen 4P dari Bauran Pemasaran	21
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen.....	30
Gambar 2.3	Model Penelitian.....	31
Gambar 3.1	Proses Penelitian Kuantitatif	37
Gambar 3.2	Model Konseptual.....	40
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	63
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas Data.....	68
Gambar 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Gambar 4.10	Hasil Uji Koefisien Regresi.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat izin riset

Lampiran 2 Surat balasan riset

Lampiran 3 hasil output spss

Lampiran 4 tabel t

Lampiran 5 tabel r

Lampiran 6 tabel F

Lampiran 7 tabel Dw

Lampiran 8 koefisien

Lampiran 9 tabulasi data

Lampiran 10 data jumlah penduduk

Lampiran 11 uji referensi

Lampiran 12 riwayat hidup



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Komponen 4P dari Bauran Pemasaran.....	21
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen	30
Gambar 2.3	Model Penelitian	31
Gambar 3.1	Proses Penelitian Kuantitatif.....	37
Gambar 3.2	Model Konseptual	40
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	63
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas Data.....	68
Gambar 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Gambar 4.10	Hasil Uji Koefisien Regresi	72





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat izin riset

Lampiran 2 Surat balasan riset

Lampiran 3 hasil output spss

Lampiran 4 tabel t

Lampiran 5 tabel r

Lampiran 6 tabel F

Lampiran 7 tabel Dw

Lampiran 8 koefisien

Lampiran 9 tabulasi data

Lampiran 10 data jumlah penduduk

Lampiran 11 uji referensi

Lampiran 12 riwayat hidup



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	34
Tabel 3.2 Pengukur Variabel	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir.....	63
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4.3 Hasil Reliabilitas Uji Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolonieritas	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.7 Hasil Uji t	74
Tabel 4.8 Hasil Uji f	75