

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE DAN ACCESSORIES**

**PADA WARTEL CANTIK CELLULAR**

**PT KARYA AZIZ TANGERANG**

**SKRIPSI**

**NAMA : Dedi Rohendi**

**NIM : 43109010155**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2013**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE DAN ACCESSORIES PADA WARTEL  
CANTIK CELLULAR**

**PT KARYA AZIZ TANGERANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA EKONOMI**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Dedi Rohendi**

**NIM : 43109010155**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2013**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dedi Rohendi

NIM : 43109010155

Program Studi : Manajemen – Strata 1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia mendapatkan sanksi pembatalan skripsi ini apabila saya terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUIRA  
Jakarta, 03 Oktober 2013  
METERAI  
TEPAPEL  
REPUBLIC OF INDONESIA  
8A3C7ABF755194742  
ENAM RIBU RUPIAH  
6000 DJP

Dedi :

NIM : 43109010155

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dedi Rohendi  
NIM : 43109010155  
Program Studi : Manajemen – Strata 1  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualias Produk dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone dan Accessories* pada Wartel Cantik Cellular PT Karya Aziz Tangerang.  
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan oleh:

Pembimbing,



(Dra. Aty Herawati, M.Si)

UNIVERSITAS

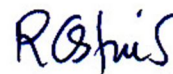
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Wiwik Utami, Ak, CA)



(Dr. Rina Astini, SE, M.M)

## LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi Berjudul

Pengaruh Kualias Produk dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian  
*Handphone dan Accessories* pada Wartel Cantik Cellular PT Karya Aziz Tangerang.

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

**Dedi Rohendi**

**NIM : 43109010155**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 03 Oktober 2013

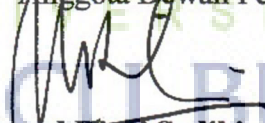
**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi**



**(Dra. Aty Herawati, M.Si)**

Anggota Dewan Penguji



**(Mochamad Rizki Sadikin, BBA., MBA)**

Anggota Dewan Penguji



**(Luna Haningsih, SE. ME)**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone dan Accessories* pada Wartel Cantik Cellular PT Karya Aziz Tangerang”.

Penyusunan skripsi ini penulis laksanakan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan tugas akhir program strata satu dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan tuntunan Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan, dan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis menghaturkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Wiwik Utami. Ak,CA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini SE, M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dra.Aty Herawati,M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dan sangat membantu dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
5. Ayah, Mamah dan Kakak tercinta yang selalu memberikan terbaik, doa yang tak pernah berhenti, bimbingan, nasihat, cinta dan kasih sayang yang tak ternilai, ilmu dan segalanya yang telah diberikan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi sempurnanya skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 03 Oktober 2013

Penulis

Dedi Rohendi

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8



1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Manfaat penelitian.....	9
 <b>BAB II  LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.1 Pengertian Manajemen .....	10
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.4 Konsep Pemasaran .....	12
2.1.5 Bauran Pemasaran .....	12
2.2 Kualitas Produk .....	15
2.2.1 Pengertian Produk .....	15
2.2.2 Pengertian Kualitas Produk .....	16
2.2.3 Dimensi kualitas Produk.....	16
2.3 Atribut Produk. ....	18
2.3.1 Pengertian Atribut Produk .....	18

2.4 Promosi.....	21
2.4.1 Pengertian Promosi.....	21
2.4.2 Tujuan Promosi.....	21
2.5 Bauran Promosi.....	23
2.5.1 Pengertian Bauran Promosi .....	23
2.5.2 Strategi Bauran Promosi.....	24
2.5.3 Variabel Bauran Promosi.....	24
2.6 Perilaku Konsumen.....	27
2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	27
2.6.2 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen .....	27
2.6.3 Proses Keputusan Pembelian .....	28
2.6.4 Pembelian Keputusan Pembelian.....	36
2.6.5 Tindakan Pasca Pembelian .....	36
2.7 Pengaruh Kualitas Produk, Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian... ..	39

\

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	41
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	41
3.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan .....	41
3.1.3	Visi dan Misi PT. Karya Aziz.....	43
3.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan .....	44
3.1.5	Tujuan Perusahaan .....	45
3.1.6	Kebijakan Pemasaran Perusahaan.....	45
3.2	Desain Penelitian .....	46
3.3	Hipotesis.....	47
3.4	Variabel dan Skala Pengukuran.....	48
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	49
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	52
3.7	Jenis Data ... ..	52
3.7.1	Data Primer .....	52
3.7.2	Data Sekunder .....	53
3.8	Populasi dan Sampel .....	53
3.8.1	Populasi.....	53
3.8.2	Sampel .....	53

3.9 Teknik Analisis Data .....	54
3.9.1 Uji Validitas .....	54
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	55
3.9.3 Uji Normalitas .....	55
3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
3.9.5 Uji Hipotesis .....	56
1. Uji Parsial (Uji t) .....	56
2. Uji Simultan (Uji F).....	57
3.9.6 Uji Asumsi klasik .....	58
1. Uji Multikolinieritas .....	58
2. Uji Heteroskedasitisitas .....	59
3. Uji Autokorelasi .....	60
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Analisis Karakteristik Responden .....	61
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	61
4.1.2 Responden Menurut Usia .....	62
4.1.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	63
4.1.4 Responden Berdasarkan Pernah Membeli .....	63
4.2 Uji Validitas.....	64

4.3 Uji Reliabilitas.....	66
4.4 Uji Normalitas .....	67
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk, Bauran Promosi dan Keputusan Pembelian .....	69
4.5.1 Analisis Variabel Kualitas Produk .....	69
4.5.2 Analisis Variabel Bauran Promosi .....	74
4.5.3 Analisi Variabel Keputusan Pembelian.....	82
4.6 Analisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	90
4.7 Analisis pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian.....	91
4.8 Analisis pengaruh kualitas produk dan bauran promosi terhadap Keputusan pembelian .....	92
4.9 Uji Asumsi Klasik.....	93
4.9.1 Uji Multikolinieritas .....	93
4.9.2 Uji Heteroskedastisitas .....	94
4.9.3 Uji Atokorelasi .....	95
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA .....	100
LAMPIRAN .....	101



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	49
3.2 Operasional Variabel Bauran Promosi.....	50
3.3 Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	51
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	62
4.3 Pendidikan Reponden.....	63
4.4 Pernah Membeli .....	63
4.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Produk .....	64
4.6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Bauran Promosi .....	65
4.7 Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian .....	66
4.8 Hail Uji Reliabilitas.....	67
4.9 One- Sample Kolmogorov- Smirnov Test.....	68
4.10 Produk <i>handphone dan accessories</i> yang dijual oleh Wartel Cantik Cellular berinovasi terjamin ketersediaan dan pasokan untuk kebutuhan konsumen . .....	69
4.11 Produk <i>handphone dan accessories</i> yang dijual oleh Wartel Canti Cellular berkualitas tinggi dan jarang bermasalah pada saat digunakan .....	70

4.12 Produk <i>handphone dan accessories</i> yang dijual pada Wartel Cantik Cellular mempunyai kinerja dan mutu produk yang sesuai dengan standar internasion .....	71
4.13 produk <i>handphone dan accessories</i> yang dijual oleh Wartel Cantik Cellular digunakan tahan lama dan memberikan garansi perbaikan.....	72
4.14 Wartel Cantik Cellular memiliki tenaga yaang handal dalam mengenai keluhan atas produk <i>handphone dan accessories</i> dan mengganti bila ada yang rusak.....	73
4.15 Analisis Rekapen Pernyataan Kualitas Produk Pada Wartel Cantik Cellular PT Karya Aziz Tangerang.....	.74
4.16 Iklan penjualan <i>handphone dan accessories</i> pada Wartel Cantik Cellular selalu di ikuti dengan slogan ”Pelayanan terbaik kami berikan untuk anda”.....	.75
4.17 Wartel Cantik Cellular memiliki citra sebagai toko menyediakan produk <i>handphone dan accessories</i> yang lengkap.....	76
4.18 Wartel Cantik Cellular sering memberikan contoh (sampel) produk	



	<i>handphone dan accessories</i> gratis pada konsumen.....	77
4.19	Wartel Cantik Cellular cukup sering mengadakan demonstrasi penggunaan produk <i>handphone dan accessories</i> tertentu.....	78
4.20	Kegiatan promosi yang di berikan kepada konsumen membentuk opini yang baik terkait <i>handphone dan accessories</i> Wartel Cantik Cellular.....	79
4.21	Karyawan dan staff Wartel Cantik Cellular melayani pembelian produk <i>handphone dan accessories</i> dengan baik.....	80
4.22	Wartel Cantik Cellular dalam penjualan produk <i>handphone dan accessories</i> melalui tatap muka langsung ke konsumen.....	81
4.23	Analisis Rekapitan Pernyataan Bauran Promosi Wartel Cantik Cellular PT Karya Aziz Tangerang.....	82
4.24	Saya merasa cocok membeli pruduk <i>handphone dan accessories</i> di lingkungan dalam maupun luar pada Wartel Cantik Cellular.....	83
4.25	Saya mencari informasi mengenai produk <i>handphone dan accessories</i> Wartel Cantik Cellular melalui media cetak dan media elektronik.....	84
4.26	Dari banyak Wartel pruduk <i>handphone dan accessories</i> yang sudah ada Cantik Cellular yang saya pilih.....	85
4.27	Saya memilih Wartel Cantik Cellular karena fasilitasnya dan menyediakan	

semua kebutuhan terkait pruduk <i>handphone dan accessories</i> .....	86
4.28 Mengumpulkan data/informasi mengenai produk <i>handphone dan accessories</i> pada Wartel Cantik Cellular dalam keputusan pembelian. ....	87
4.29 Setelah puas membeli pruduk <i>handphone dan accessories</i> pada Wartel Cantik Cellular,lalu saya mencerita kepada orang lain.....	.88
4.30 Analisis rekapan pernyataan keputusan pembelian pada Wartel Cantik Cellular PT Karya Aziz Tangerang.....	89
4.31 Analisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	90.
4.32 Analisis pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian.....	91
4.33 Analisis pengaruh kualitas produk dan bauran promosi terhadap keputusan pembelian.....	92
4.34 Hasil uji multikolinieritas.....	93
4.35 Hasil uji atokorelasi.....	96



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Proses Pembelian konsumen.....	29
2.2 Keputusan pembelian.....	34
3.1 Sturuktur Organisasi.....	44
3.2 Desain Penelitian.....	47
4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	95



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran.....	101
Lampiran 1 Kuesioner.....	102
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	104
Lampiran 3 Hasil Output SPSS 20.....	115

