

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN NETBOOK**

SKRIPSI

N a m a : Sobariah
N I M : 43105110044



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN NETBOOK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen - Strata 1**

**N a m a : Sobariah
N I M : 43105110044**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sobariah

NIM : 43105110044

Program Studi : Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Februari 2011

(Sobariah)
NIM : 43105110044

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sobariah
NIM : 43105110044
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi
terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Netbook
Tanggal Lulus Ujian : 17 Maret 2011

Disahkan oleh:
Pembimbing Skripsi

(H. Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., MM.)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen - S1

(Dr. Enny Ariyanto, S.E., M.Si)

(H. Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., MM.)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Netbook

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Sobariah

43105110044

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 17 Maret 2011

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji /Pembimbing Skripsi

H. Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., MM.

Anggota Dewan Penguji

Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM.

Anggota Dewan Penguji

Priyono, S.E., ME.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala rahmatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Netbook”.

Maksud penelitian adalah salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen S-1 di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat selesai jika tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam hal ini penulis akan menyampaikan ucapan syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana dan Dewan Penguji yang telah menyediakan waktu untuk memberikan ilmu, saran dan masukan yang berguna bagi penulis pada saat sidang skripsi.
2. Bapak Dr. Enny Ariyanto, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak H. Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., MM. selaku Ketua Program Studi Jurusan Manajemen S-1 Universitas Mercu Buana dan Dosen Pembimbing yang telah banyak menyediakan waktu untuk memberikan saran, masukan, bimbingan dan pengarahan yang sangat berguna bagi penulis selama menyusun skripsi ini.
4. Ibu Luna Haningsih, S.E., ME. selaku Sekretaris Program Studi Jurusan Manajemen S-1 Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Priyono, S.E., ME. selaku Anggota Dewan Penguji yang juga telah menyediakan waktu untuk memberikan saran dan masukan yang berguna bagi penulis pada saat sidang skripsi.
6. Staf pengajar dan karyawan Universitas Mercu Buana yang telah membantu penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Alm. Ayahanda tercinta yang telah memberikan inspirasi dan motivasi penulis sehingga bisa menyusun skripsi ini dengan baik.
8. Ibunda tercinta, dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan memotivasi penulis.
9. Para konsumen Netbook di Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan mendukung keberhasilan skripsi ini.
10. Teman-teman di Universitas Mercu Buana Jurusan Manajemen yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini selalu penulis harapkan.

Jakarta, 23 Maret 2011

Penulis

Sobariah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.3 Produk (<i>Product</i>).....	12
2.3.1 Pengertian Produk.....	12

2.3.2 Tingkat Produk	13
2.3.3 Klasifikasi Produk.....	14
2.3.4 Kualitas Produk.....	15
2.4 Harga (<i>Price</i>).....	17
2.4.1 Pengertian Harga	17
2.4.2 Kebijakan Penetapan Harga	18
2.5 Promosi (<i>Promotion</i>).....	21
2.5.1 Pengertian Promosi	21
2.5.2 Periklanan (<i>Advertising</i>)	22
2.5.3 Tenaga Penjualan (<i>Personal Selling</i>)	24
2.5.4 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	26
2.5.5 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	29
2.5.6 Berita dari Mulut ke Mulut (<i>Word of Mouth</i>)	31
2.5.7 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	31
2.6 Perilaku Konsumen.....	32
2.7 Keputusan Pembelian.....	34
2.7.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	34
2.8 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Obyek Penelitian.....	40
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	40
3.1.2 Gambaran Umum.....	40

3.2 Desain Penelitian	43
3.3 Hipotesis Penelitian.....	43
3.4 Variabel dan Skala Pengukuran.....	44
3.4.1 Skala Pengukuran	44
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	45
3.5 Metode Pengumpulan Data	47
3.6 Jenis Data	48
3.7 Populasi dan Sampel.....	48
3.8 Metode Analisis Data	50
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	50
3.8.2 Regresi Linear Berganda.....	50
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Analisis Deskriptif.....	52
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden.....	52
4.1.2 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	56
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Harga	62
4.1.4 Analisis Deskriptif Variabel Promosi	68
4.1.5 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	74
4.2 Analisis Regresi Linear Berganda	82
4.2.1 Analisis Model Summary.....	82
4.2.2 Analisis Anova.....	83
4.2.3 Analisis Coefficients.....	83

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1	Simpulan.....	90
5.2	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		95
Lampiran 1:	Input Data Kuesioner Karakteristik Responden.....	95
Lampiran 2:	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner.....	97
Lampiran 3:	Input Data Untuk Perhitungan Regresi Linear Berganda...	99
Lampiran 4:	Output SPSS Perhitungan Frekuensi.....	101
Lampiran 5:	Output SPSS Regresi Linear Berganda.....	110
Lampiran 6:	Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 7:	Tabel Z.....	117
Lampiran 8:	Tabel T.....	118
Lampiran 9:	Surat Keterangan Kerja	119
Lampiran 10:	Daftar Riwayat Hidup.....	120

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Kualitas Produk, Harga dan Promosi Beberapa Merek Netbook.....	4
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kualitas Produk (X1).....	45
Tabel 3.2 Operasional Variabel Harga (X2).....	46
Tabel 3.3 Operasional Variabel Promosi (X3).....	46
Tabel 3.4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4.1 Perhitungan Frekuensi Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 4.2 Perhitungan Frekuensi Karakteristik Usia Responden.....	54
Tabel 4.3 Perhitungan Frekuensi Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	54
Tabel 4.4 Perhitungan Frekuensi Karakteristik Pekerjaan Responden.....	55
Tabel 4.5 Perhitungan Frekuensi Karakteristik Pendapatan Responden Perbulan.....	56
Tabel 4.6 Pendapat Responden Mengenai Kualitas Produk Ukuran netbook yang kecil membuat konsumen tertarik untuk membeli.....	57
Tabel 4.7 Pendapat Responden Mengenai Kualitas Produk Citra merek netbook ikut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.....	58

Tabel 4.8	Pendapat Responden Mengenai Citra pabrikan netbook berkaitan dengan kualitas produk.....	59
Tabel 4.9	Pendapat Responden Mengenai Citra toko ritel yang menjual netbook mencerminkan kualitas produk.....	60
Tabel 4.10	Pendapat Responden Mengenai Kualitas netbook ditentukan oleh negara asal dimana produk dibuat.....	61
Tabel 4.11	Rangkuman Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	62
Tabel 4.12	Pendapat Responden Mengenai Harga Konsumen tertarik membeli netbook karena adanya diskon harga.....	63
Tabel 4.13	Pendapat Responden Mengenai Harga Harga lebih murah yang ditawarkan pada acara khusus membuat konsumen terpicu untuk membeli.....	64
Tabel 4.14	Pendapat Responden Mengenai Harga Adanya rabat tunai (cash back) yang ditawarkan pada saat pembelian membuat konsumen tertarik.....	65
Tabel 4.15	Pendapat Responden Mengenai Harga Adanya fasilitas cicilan dengan jangka waktu tertentu memudahkan konsumen untuk membeli netbook.....	66
Tabel 4.16	Pendapat Responden Mengenai Harga Diskon psikologis yang menampilkan harga dengan angka ganjil membuat netbook terkesan lebih murah.....	67
Tabel 4.17	Rangkuman Analisis Deskriptif Harga.....	68

Tabel 4.18	Pendapat Responden Mengenai Promosi	
	Iklan memberikan informasi tentang manfaat netbook.....	69
Tabel 4.19	Pendapat Responden Mengenai Promosi	
	Promosi penjualan mendorong konsumen	
	untuk membeli netbook.....	70
Tabel 4.20	Pendapat Responden Mengenai Promosi	
	Adanya hubungan masyarakat membuat	
	citra produsen netbook terjaga baik di mata konsumen.....	71
Tabel 4.21	Pendapat Responden Mengenai Promosi	
	Penjualan personal meyakinkan konsumen untuk membeli	
	produk netbook yang dibutuhkan.....	72
Tabel 4.22	Pendapat Responden Mengenai Promosi	
	Informasi dari mulut ke mulut membantu konsumen	
	mengetahui keunggulan netbook.....	73
Tabel 4.23	Rangkuman Analisis Deskriptif Variabel Promosi.....	74
Tabel 4.24	Pendapat Responden Mengenai Keputusan Pembelian	
	Konsumen membeli netbook karena banyak terdapat	
	pilihan produk.....	75
Tabel 4.25	Pendapat Responden Mengenai Keputusan Pembelian	
	Konsumen memutuskan membeli netbook	
	dengan mempertimbangkan pilihan merek.....	76

Tabel 4.26	Pendapat Responden Mengenai Keputusan Pembelian Banyaknya pilihan penyalur membuat konsumen mudah untuk membeli Netbook.....	77
Tabel 4.27	Pendapat Responden Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen membuat keputusan membeli Netbook dengan mempertimbangkan jumlah pembelian.....	78
Tabel 4.28	Pendapat Responden Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen membuat keputusan membeli Netbook dengan mempertimbangkan waktu pembelian.....	79
Tabel 4.29	Pendapat Responden Mengenai Keputusan Pembelian Keputusan konsumen untuk membeli Netbook mempertimbangkan metode pembayaran.....	80
Tabel 4.30	Rangkuman Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian..	81
Tabel 4.31	Output Regresi Model Summary.....	82
Tabel 4.32	Output Regresi ANOVA.....	83
Tabel 4.33	Output Regresi Coefficients.....	84
Tabel 4.34	Rangkuman Pengujian Hipotesis Berdasarkan Nilai t.....	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	37
Gambar 4.1 Kurva pengujian hipotesis variabel kualitas produk.....	86
Gambar 4.2 Kurva pengujian hipotesis variabel harga.....	87
Gambar 4.3 Kurva pengujian hipotesis variabel promosi	88



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Input Data Kuesioner Karakteristik Responden.....	95
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner.....	97
Lampiran 3 Input Data Untuk Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	99
Lampiran 4 Output SPSS Perhitungan Frekuensi.....	101
Lampiran 5 Output SPSS Regresi Linear Berganda.....	110
Lampiran 6 Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 7 Tabel Z.....	117
Lampiran 8 Tabel T.....	118
Lampiran 9 Surat Keterangan Kerja	119
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	120

