

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Pengguna Laptop HP di Jakarta Barat)

SKRIPSI



NIM : 43110120086

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Pengguna Laptop HP di Jakarta Barat)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen**

Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Adam Rosady

Nim : 43110120086

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adam Rosady

Nim : 43110120086

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya 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, 23 Agustus 2016



Adam Rosady

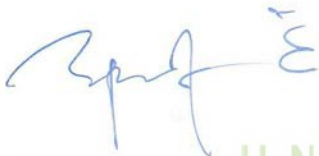
Nim : 43110120086

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adam Rosady
Nim : 43110120086
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Laptop HP di
Jakarta Barat)
Tanggal Lulus Ujian : 23 Agustus 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Erna S. Imaningsih, SE., M. Si

Tanggal: 29/8/2016

Ketua Penguji



M. Soelton Ibrahim, S. Psi., MM

Tanggal: 28/8/16

Dekan,



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Tanggal:

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal: 29/8 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan YME, atas rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Produk Laptop HP di Wilayah Jakarta Barat)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari Ibu Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing saya atas saran, waktu, masukan, dan nasehat-nasehatnya yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis juga berterimakasih kepada semua pihak yang telah turut berpartisipasi dalam penulisan skripsi ini:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Jajaran Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Rina Astini, Dr., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen, Pak Soelton Ibrahim, S. Psi., MM selaku Sekretaris I Program Studi Manajemen dan Ibu Hesti Maheswari, SE., M,Si selaku Sekretaris II Program Studi Manajemen.
4. Kedua orang tua tercinta dan kedua adik saya yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral serta material yang tiada henti-hentinya.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Teman-teman seperjuangan, yang selalu saling memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi : Angelina, Madhuri, Dwi, Tiffani, Odie, Herliah dan teman-teman seangkatan lainnya.

7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 23 Agustus 2016

Adam Rosady

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRACT	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Kontribusi Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Kajian Pustaka	7
1. Pengertian Pemasaran	7
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
3. Pengertian Bauran Pemasaran	8
4. Harga	10
5. Kualitas Produk	15
6. Keputusan Pembelian	18
7. Penelitian Terdahulu	22
B. Rerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Waktu dan Tempat Penelitian	27
1. Waktu Penelitian	27
2. Tempat Penelitian	27
B. Desain Penelitian	27
C. Definisi dan Operasional Variabel	28
1. Definisi Variabel	28
2. Operasional Variabel	28
D. Pengukuran Variabel	30
E. Populasi dan Sampel Penelitian	31
1. Populasi Penelitian	31
2. Sampel Penelitian	31
F. Teknik Pengumpulan Data	32

G. Metode Analisis	32
1. Analisis Kuantitatif	32
2. Uji Kualitas Data	33
3. Uji Asumsi Klasik	34
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	35
5. Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
B. Statistik Deskriptif	42
1. Statistik Deskriptif Variabel Harga	43
2. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	47
3. Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	53
C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	57
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas	60
3. Uji Asumsi Klasik	62
D. Analisis Regresi Linear Berganda	65
1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
2. Koefisien Determinasi	67
E. Pengujian Hipotesis	68
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	68
2. Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik t)	69
F. Pembahasan	70
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	70
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
A. Simpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	Tabel Marketshare Notebook.....	3
1.2	Tabel Pra Survey.....	4
2.1	Penelitian Terdahulu.....	22
3.1	Tabel Operasional Variabel.....	29
3.2	Pengukuran Skala Likert.....	31
4.1	Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	40
4.2	Deskripsi responden berdasarkan usia.....	41
4.3	Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	42
4.4	Statistik deskriptif laptop HP memiliki beragam pilihan harga.....	43
4.5	Statistik deskriptif harga laptop HP sesuai kualitas yang ditawarkan....	44
4.6	Statistik deskriptif laptop HP memberikan diskon yang menarik.....	44
4.7	Statistik deskriptif laptop HP memberikan potongan khusus saat event tertentu.....	45
4.8	Statistik deskriptif laptop HP memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran.....	45
4.9	Statistik deskriptif laptop HP memberikan beragam pilihan waktu pembayaran.....	46
4.10	Statistik deskriptif laptop HP memberikan kemudahan dalam pembelian secara kredit.....	46
4.11	Rekapitulasi pernyataan responden variable harga.....	47
4.12	Statistik deskriptif laptop HP mudah untuk digunakan.....	48
4.13	Statistik deskriptif laptop HP memberikan beragam pilihan/tipe.....	48
4.14	Statistik deskriptif anda puas dalam pemakaian laptop HP selama ini..	49
4.15	Statistik deskriptif laptop HP jarang mengalami kerusakan atau cacat produksi.....	49
4.16	Statistik deskriptif laptop HP sudah sesuai dengan standar pabrik yang ada.....	50
4.17	Statistik deskriptif laptop HP dapat digunakan dalam jangka waktu	

	yang lama karena tidak mudah rusak.....	50
4.18	Statistik deskriptif laptop HP memiliki desain dan penampilan yang menarik.....	51
4.19	Statistik deskriptif laptop HP memiliki layanan untuk mempermudah Servis.....	51
4.20	Statistik deskriptif tempat servis laptop HP mudah ditemukan.....	52
4.21	Rekapitulasi pernyataan responden variable kualitas produk.....	52
4.22	Statistik deskriptif laptop HP sesuai dengan kebutuhan anda.....	54
4.23	Statistik deskriptif informasi mengenai laptop HP mudah didapat.....	54
4.24	Statistik deskriptif laptop HP paling sesuai untuk kriteria kebutuhan anda dibandingkan merek lainnya.....	55
4.25	Statistik deskriptif anda lebih memilih untuk membeli laptop HP dibandingkan merek/alternatif lainnya.....	55
4.26	Statistik deskriptif anda merekomendasikan untuk membeli laptop HP kepada kenalan anda.....	56
4.27	Rekapitulasi pernyataan responden variabel Keputusan Pembelian.....	56
4.28	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	58
4.29	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	59
4.30	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	59
4.31	Hasil Uji Reliabilitas.....	61
4.32	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test.....	62
4.33	Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
4.34	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	66
4.35	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	67
4.36	Hasil Uji Statistik F.....	68
4.37	Hasil Uji Statistik T.....	69

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
2.1	Empat P Bauran Pemasaran.....	9
2.2	Rerangka Konseptual.....	26
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1	Lembar Kuesioner Penelitian.....	78
2	Data Mentah Jawaban Responden.....	83
3	Frekuensi Jawaban Responden.....	91
4	Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS.....	98



UNIVERSITAS
MERCU BUANA