

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE  
BLACKBERRY**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercubuana)**

**SKRIPSI**

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



**Nama : Desi Maria**

**NIM : 43112120410**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Desi Maria  
NIM : 43112120410  
Program studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Agustus 2016



NIM : 43112120410

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Desi Maria  
NIM : 43112120410  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi Terhadap  
Keputusan Pembelian Handphone Blackberry  
Tanggal Lulus Ujian : 1 September 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Dr. Tafiprios, SE., MM

Tanggal : 6-9-16



Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE., MM

Tanggal : 4/9/2016

Dekan,

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



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

Tanggal : 6-9-16



Dr. Rina Astini., SE, MM

Tanggal : 6/9 2016

## KATA PENGANTAR

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

Penulis menyadari, sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Dalam kesempatan ini, penulis ucapkan terima kasih, karena dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bpk, Tafiprios, SE, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Penulis juga ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Oot Wijaya dan Ibunda Tuti Hartaty, Suami tercinta Saifudin, serta kakak tercinta adik tercinta Febby Haryadi Wijaya dan Ari Haryadi Wijaya yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Jajaran Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen, Ibu Luna Haningsih, SE., ME selaku

Sekretaris I Program Studi Manajemen dan Ibu Hesti Maheswari, SE., M,Si selaku

Sekretaris II Program Studi Manajemen.

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 memberikan semangat dalam menyusun skripsi : Angelina, Stevani, Hurrie, Dwi, Adam, Oddie dan teman-teman metlit pemasaran 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.

UNIVERSITAS Jakarta, 26 Agustus 2016  
MERCU BUANA

Desi Maria

## DAFTAR ISI

|  |          |
|--|----------|
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....      | i        |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....          | ii       |
| ABSTRACT .....                           | iii      |
| ABSTRAK .....                            | iv       |
| KATA PENGANTAR .....                     | v        |
| DAFTAR ISI.....                          | vii      |
| DAFTAR TABEL.....                        | ix       |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xiv      |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                     | xv       |
| <b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>         | <b>1</b> |
| A. Latar Belakang .....                  | 1        |
| B. Rumusan Masalah .....                 | 4        |
| C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian..... | 5        |
| 1. Tujuan Penelitian .....               | 5        |
| 2. Kontribusi Penelitian .....           | 6        |
| <b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....</b>   | <b>7</b> |
| A. Kajian Pustaka.....                   | 7        |
| 1. Pengertian Pemasaran .....            | 7        |
| 2. Kualits Produk.....                   | 9        |
| 3. Harga .....                           | 11       |
| 4. Promosi .....                         | 15       |

|   |           |
|---|-----------|
| 5. Keputusan Pembelian.....                     | 19        |
| 6. Penelitian Terdahulu .....                   | 23        |
| B. Rerangka Pemikiran .....                     | 25        |
| C. Hipotesis .....                              | 26        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>          | <b>27</b> |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian .....            | 27        |
| 1. Waktu Penelitian .....                       | 27        |
| 2. Tempat Penelitian.....                       | 27        |
| B. Desain Penelitian.....                       | 27        |
| C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel ..... | 28        |
| 1. Definisi Variabel.....                       | 28        |
| 2. Operasionalisasi Variabel.....               | 28        |
| D. Pengukuran Variabel.....                     | 33        |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian.....          | 33        |
| 1. Populasi Penelitian.....                     | 33        |
| 2. Sampel Penelitian.....                       | 34        |
| F. Teknik Pengumpulan Data.....                 | 34        |
| G. Metode Analisis.....                         | 35        |
| 1. Analisis Kuantitatif .....                   | 36        |
| 2. Uji Kualitas Data.....                       | 37        |
| 3. Uji Asumsi Klasik.....                       | 37        |
| 4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....    | 38        |
| 5. Uji Hipotesis.....                           | 40        |

|               |  |           |
|---------------|--|-----------|
| <b>BAB IV</b> | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                           | <b>43</b> |
| A.            | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                       | 44        |
| B.            | Statistik Deskriptif.....                                  | 49        |
| 1.            | Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....         | 50        |
| 2.            | Statistik Deskriptif Variabel Harga .....                  | 57        |
| 3.            | Statistik Deskriptif Variabel Promosi .....                | 63        |
| 3.            | Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....     | 68        |
| C.            | Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian.....          | 73        |
| 1.            | Uji Validitas .....  | 74        |
| 2.            | Uji Reliabilitas .....                                     | 77        |
| 3.            | Uji Asumsi Klasik.....                                     | 78        |
| D.            | Analisis Regresi Linear Berganda.....                      | 81        |
| 1.            | Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....               | 82        |
| 2.            | Koefisien Determinasi.....                                 | 83        |
| E.            | Pengujian Hipotesis .....                                  | 84        |
| 1.            | Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....           | 85        |
| 2.            | Uji Signifikansi Parameter (Uji Statistik t).....          | 86        |
| F.            | Pembahasan.....  | 87        |
| 1.            | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 87        |
| 2.            | Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....           | 87        |
| 3.            | Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....        | 87        |



|                             |                                 |           |
|-----------------------------|---------------------------------|-----------|
| <b>BAB V</b>                | <b>SIMPULAN DAN SARAN</b> ..... | <b>88</b> |
|                             | A. Simpulan.....                | 88        |
|                             | B. Saran.....                   | 89        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... |                                 | <b>91</b> |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

| No  | Keterangan  | Halaman |
|-----|---|---------|
| 1.1 | Top Brand Index Smartphone 2012-2015.....   | 4       |
| 2.1 | Penelitian Terdahulu .....  | 23      |
| 3.1 | Definisi Operasionalisasi Variabel.....   | 32      |
| 3.2 | Instrumen Skala Likert .....  | 36      |
| 3.3 | Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan .....   | 44      |
| 3.4 | Instrumen Skala Likert.....   | 46      |
| 4.1 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 47      |
| 4.2 | Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....   | 48      |
| 4.3 | Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....   | 49      |
| 4.4 | Statistik Deskriptif Anda membeli Handphone Blackberry karena loadingnya stabil .....       | 50      |
| 4.5 | Statistik Deskriptif Anda membeli Handphone Blackberry karena nyaman dengan produknya ..... | 51      |
| 4.6 | Statistik Deskriptif Handphone Blackberry memiliki gambar yang lebih jernih.....            | 51      |
| 4.7 | Statistik Deskriptif Aplikasi Handphone Blackberry mudah dimengerti                         | 52      |

|      |   |    |
|------|---|----|
| 4.8  | Statistik Deskriptif Handphone Blackberry tidak mudah rusak.....                                    | 52 |
| 4.9  | Statistik Deskriptif Handphone Blackberry Batrenya tahan lama .....                                 | 53 |
| 4.10 | Statistik Deskriptif Desain Handphone Blackberry sangat menarik .....                               | 53 |
| 4.11 | Statistik Deskriptif Handphone Blackberry banyak pilihan warna .....                                | 54 |
| 4.12 | Statistik Deskriptif Handphone Blackberry bentuknya sangat inovatif..                               | 54 |
| 4.13 | Statistik Deskriptif Handphone Blackberry mempunyai daya tahan yang kuat dan tidak mudah rusak..... | 55 |
| 4.14 | Statistik Deskriptif Batre Handphone Blackberry tidak mudah panas....                               | 55 |
| 4.15 | Rekapitulasi Pernyataan responden variabel Kualitas Produk.....                                     | 56 |
| 4.16 | Statistik Deskriptif Harga Handphone Blackberry sangat terjangkau.....                              | 57 |
| 4.17 | Statistik Deskriptif Harga Handphone Blackberry sesuai dengan iklan .                               | 58 |
| 4.18 | Statistik Deskriptif Model yang dikeluarkan sangat sesuai dengan selera konsumen .....              | 58 |
| 4.19 | Statistik Deskriptif anda membeli Handphone Blackberry karena sesuai kebutuhan .....                | 59 |
| 4.20 | Statistik Deskriptif anda membeli handphone Blackberry karena referensi. ....                       | 59 |
| 4.21 | Statistik Deskriptif pengenlan handphone Blackberry sangat jelas .....                              | 60 |

|      |   |    |
|------|---|----|
| 4.22 | Statistik Deskriptif harga handphone Blackberry sangat bersaing.....  | 60 |
| 4.23 | Statistik Deskriptif kualitas handphone Blackberry sangat bagus dan bisa bersaing dengan handphone merek lain .....   | 61 |
| 4.24 | Statistik Deskriptif Biaya service handphone Blackberry tidak mahal ...   | 61 |
| 4.25 | Statistik Deskriptif biaya aksesoris handphone Blackberry sangat terjangkau .....                                     | 62 |
| 4.26 | Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Harga.....   | 63 |
| 4.27 | Statistik Deskriptif informasi yang diberikan tentang produk Blackberry sangat jelas .....                            | 64 |
| 4.28 | Statistik Deskriptif harga yang diberikan sangat sesuai dengan iklan ...  | 64 |
| 4.29 | Statistik Deskriptif anda mendapat kan informasi yang jelas dari iklan tentang kualitas produk blackberry .....       | 65 |
| 4.30 | Statistik Deskriptif market share Blackberry sangat ramai.....  | 65 |
| 4.31 | Statistik Deskriptif handphone blackberry sangat digemari dari remaja sampe orang dewasa.....                         | 66 |
| 4.32 | Statistik Deskriptif handphone blackberry memberikan discount yang sangat besar dibandingkan handphone merk lain..... | 66 |
| 4.33 | Statistik Deskriptif hadiah yang diberikan handphone blackberry sangat menarik.....                                   | 67 |

|      |  |    |
|------|--|----|
| 4.34 | Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Promosi .....   | 68 |
| 4.35 | Statistik Deskriptif saudara membeli handphone blackberry sesuai dengan kebutuhan .....                          | 69 |
| 4.36 | Statistik Deskriptif saudara membeli handphone blackberry karena tidak ada masalah dalam menggunakannya .....    | 69 |
| 4.37 | Statistik Deskriptif sebelum melakukan pembelian saudara mencari informasi terlebih dahulu .....                 | 70 |
| 4.38 | Statistik Deskriptif saudara melakukan evaluasi dalam memprtimbangkan handphone yang akan dibeli.....            | 70 |
| 4.39 | Statistik Deskriptif memberikan keputusan yang tepat dalam membeli handphone agar tidak salah dalam membeli..... | 71 |
| 4.40 | Statistik Deskriptif merek yang terkenal mempengaruhi dalam keputusan pembelian .....                            | 71 |
| 4.41 | Statistik Deskriptif kualitas handphone sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian .....                       | 72 |
| 4.42 | Statistik Deskriptif apabila konsumen merasa puas maka akan melakukan pembelian ulang produk tersebut .....      | 72 |
| 4.43 | Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel keputusan pembelian.....  | 73 |
| 4.44 | Hasil Uji Validitas.....   | 75 |

|      |  |    |
|------|--|----|
| 4.48 | Hasil Uji Realibitas .....                                   | 77 |
| 4.49 | Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test..... | 79 |
| 4.50 | Hasil Uji Multikolinearitas .....                            | 80 |
| 4.51 | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                          | 81 |
| 4.52 | Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....                      | 82 |
| 4.53 | Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                        | 84 |
| 4.54 | Hasil Uji Statistik F .....                                  | 85 |
| 4.55 | Hasil Uji Statistik t .....                                  | 86 |



## DAFTAR GAMBAR

| No  | Keterangan  | Halaman |
|-----|---|---------|
| 2.1 | Tahap – Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian ..... | 20      |
| 2.2 | Rerangka Konseptual Penelitian .....                | 28      |
| 4.1 | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                 | 89      |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

|            | <b>Keterangan</b>                      | <b>Halaman</b> |
|------------|--|----------------|
| Lampiran 1 | Lembar Kuesioner Penelitian .....      | 92             |
| Lampiran 2 | Data Mentah Jawaban Responden.....     | 100            |
| Lampiran 3 | Frekuensi Jawaban Responden.....       | 103            |
| Lampiran 4 | Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS..... | 104            |

