



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE ANDROID SAMSUNG GRAND
NEO* PADA *SONIC PHONE* LANTAI 1 ITC ROXY MAS
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

Firman Hidayat

1202017003

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2016



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE ANDROID SAMSUNG GRAND
NEO* PADA *SONIC PHONE LANTAI 1 ITC ROXY MAS*
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

Firman Hidayat

1202017003

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE ANDROID SAMSUNG GRAND NEO* PADA *SONIC PHONE* LANTAI 1 ITC ROXY MAS JAKARTA BARAT” merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 3 Februari 2016

Yang menyatakan



(Firman Hidayat)
NIM 1202017003

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE
ANDROID SAMSUNG GRAND NEO PADA
SONIC PHONE LANTAI 1 ITC ROXY MAS
JAKARTA BARAT**



NAMA : **FIRMAN HIDAYAT**

NIM : **1202017003**


PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2015-2016**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Eti Rochaeti, SE., MM.	
Pembimbing II	Dr. Budi Permana Yusuf, SE,MM	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Dr. Budi Permana Yusuf, S.E, MM

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE ANDROID SAMSUNG GRAND NEO* PADA *SONIC PHONE LANTAI 1 ITC ROXY MAS JAKARTA BARAT*

Yang disusun oleh:
Firman Hidayat
1202017003

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian keserjanaan strata satu (S1) Manajmen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA

Pada tanggal : 26 Februari 2016

Tim Penguji:

Ketua, merangkap anggota:

(Drs. Ahmad H. Abubakar, M.M)

Sekretaris, merangkap anggota:

(Dr. Sunarta, S.E., M.M)

Anggota :

(Yusdi Daulay, S.E., M.M)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof.
DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.
HAMKA

Dr. Budi Permana Yusuf, S.E., M.M

Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Firman Hidayat
NIM : 1202017003
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

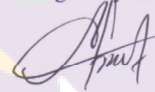
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

"PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE ANDROID SAMSUNG GRAND NEO PADA SONIC PHONE LANTAI 1 ITC ROXY MAS JAKARTA BARAT"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*),merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal: 3 Februari 2016
Yang Menyatakan



(Firman Hidayat)

ABSTRAKSI

Firman Hidayat (1202017003)

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE ANDROID SAMSUNG GRAND NEO PADA SONIC PHONE LANTAI 1 ITC ROXY MAS JAKARTA BARAT

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2016. Jakarta.

Kata kunci : Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Handphone Android Samsung Grand Neo* pada *Sonic Phone* Lantai 1 ITC ROXY MAS Jakarta Barat.

Variabel yang diteliti adalah kualitas produk sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat *Handphone Android Samsung Grand Neo* pada *Sonic Phone* Lantai 1 ITC ROXY MAS Jakarta Barat. Populasi penelitian ini adalah konsumen atau pengunjung *Sonic Phone* lantai 1 ITC ROXY MAS Jakarta Barat. Data penelitian ini bersifat primer yang dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner. Dengan jumlah sampel sebanyak 103 responden. Data diolah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dengan bantuan SPSS 20.0. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling* yaitu pengunjung atau konsumen *Sonic Phone* lantai 1 ITC ROXY MAS Jakarta Barat.

Berdasarkan analisis regresi linier sederhana didapatkan hasil $\hat{Y} = 24,982 + 0,470X$, hasil uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} = 5,990 > t_{tabel} = 1,66008$ maka tolak H_0 dan terima H_1 . Sedangkan angka signifikan sebesar $0,00 < 0,05$ maka dengan demikian dapat dinyatakan ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Hasil analisis koefisien korelasi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif dan sedang dengan nilai korelasi sebesar 0,512. Sedangkan hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka R square 0,262 atau sebesar 26,2%, sedangkan sisanya ($100\% - 26,2\% = 73,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain seperti *Place, Promotion, Price, Physical Divident, People, Process*.

Berdasarkan kesimpulan di atas diharapkan dalam meningkatkan kualitas produk dapat diberikan secara efektif dan efisien dengan memperhatikan hal – hal yang dianggap mempengaruhi kualitas produk disesuaikan dengan kondisi yang ada pada perusahaan, sehingga pelanggan merasa bahwa *Android Samsung* memiliki kualitas produk yang baik dimata para konsumen.

ABSTRACT

Firman Hidayat (1202017003)

EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION ON ANDROID SAMSUNG GRAND NEO ON SONIC PHONE IN 1ST FLOOR ITC ROXY MAS WEST JAKARTA

Thesis. Bachelor degree programs in Management Program. Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof.. DR. HAMKA. 2015. Jakarta.

Keywords: Product Quality, Purchase Decision

This research aims to determine how the influence of the quality of products on purchase decisions Samsung Grand Neo Android Phone on The 1st floor on Sonic Phone in LTC ROXY MAS West Jakarta.

The variables research were the product quality as independent variables and the dependent variable purchasing decisions as Android phone Samsung Grand Neo at Sonic Phone on the 1st floor on the ITC ROXY MAS West Jakarta. This research data is primary collected by spreading questionnaire. Sum of the questioner are 103 respondents. Data were processed using sample linier regression analysis. This research use the SPSS 20.0. With the help of SPSS 20.0. Sampling was done by Accidental sampling technique that visitors or customers Sonic Phone in the 1st floor ITC ROXY MAS ,West Jakarta.

Based on simple linear regression analysis showed $Y = 22.982 + 0.470X$, t test results show the value of the hit $5.990 t > t \text{ table } 1.666008$ reject H_0 and accept H_1 . While significant numbers of $0.00 < 0.05$, it can thus be stated there is significant influence between the variables of service quality and customer satisfaction. Results of the analysis of the correlation coefficient between the quality of service to customer satisfaction has a positive relationship and being with a correlation value of 0.512. While the coefficient of determination (R^2) indicates the number of R square 0.262, or 26.2%, while the rest ($100\% - 26.2\% = 73.8\%$) influenced by other variables such as 7P are: Product, Place, Promotion, Price, Divident Physical, People, Process.

Based on the above conclusions are expected to enhance the product quality can be administered effectively and efficiently by observing things - things that are considered affect product quality according to the conditions that exist in the company, so that customers feel that Android Samsung has a good product quality in the eyes of consumers.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Maha Penyayang, Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah, nikmat serta karunia kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian sesuai dengan harapan. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Muhammad Rasulullah SAW beserta keluarga dan sahabatNya yang telah memberikan cahaya yang terang benderang dalam kegelapan bagi umatNya.

Dalam menyusun penelitian ini, penulis mendapatkan bimbingan, masukan, bantuan, dukungan, dan juga pengarahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, secara materil maupun moril. Maka pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang terkait sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan penelitian ini :

1. Allah SWT sungguh dengan segala kebesaran dan ridhoMu-lah hamba dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Suyatno, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

4. Bapak Dr. Budi Permana Yusuf, S.E., M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA sekaligus dosen pembimbing kedua dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Eti Rochaeti, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing pertama dalam penulisan skripsi.
6. Keluarga besar terutama Ayah Edi dan ibu Tati yang selalu mendo'akan, membimbing, memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ziki Reunaldi dan Maya Yuliana serta semua kakak adik yang tidak dituliskan satu per satu terima kasih atas cinta, kehangatan dan semangatnya,
8. Speciall thanks for Lia. Dahlia, S.E., yang menjadi inspirasi dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan penulis Ryanaldy Saputro. S.E, Zulfi Widiatmoko. S.E., semua teman-teman FEB angkatan 2011, dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu terima kasih semangat dan dorongan bagi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Adapun tujuan dari penulis, supaya laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dunia pendidikan khususnya Mahasiswa/i FEB UHAMKA . Akhir kata tak lupa penulis kembali mengucapkan syukur Alhamdulillah.

Jazakumullah Khaira Jazza Katsira

Wabilahittaufik Walhidayah Wassalamualaikum

Jakarta, 3 Februari 2016

Penulis

(Firman Hidayat)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Pembatasan Masalah	5
1.2.3 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pengertian Manajemen	12
2.2.2 Pengertian Pemasaran	12

2.2.3	<i>Pengertian Manajemen Pemasaran</i>	13
2.2.4	<i>Kualitas Produk</i>	14
2.2.4.1	<i>Pengertian kualitas Produk</i>	14
2.2.4.2	<i>Pendekatan kualitas Produk perspektif kualitas</i>	16
2.2.4.3	<i>Hubungan kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian konsumen</i>	18
2.2.5	<i>Keputusan Pembelian</i>	19
2.2.5.1	<i>Pengertian Keputusan Pembelian</i>	19
2.2.5.2	<i>Proses Pengambilan Keputusan Pembelian</i>	20
2.2.5.3	<i>Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian</i>	22
2.2.5.4	<i>Model Analisa Pengambilan Keputusan</i>	26
2.2.5.5	<i>Tipe-tipe Pengambilan Keputusan Pembelian</i>	28
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	29
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i>	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	<i>Metode Penelitian</i>	33
3.2	<i>Operasionalisasi Variabel</i>	34
3.3	<i>Populasi dan Sampel</i>	36
3.3.1	<i>Populasi</i>	36
3.3.2	<i>Sampel</i>	36
3.4	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	37
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	37
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	37
3.5	<i>Teknik Pengolahan dan Analisis Data</i>	39
3.5.1	<i>Teknik Pengolahan Data</i>	39
3.5.2	<i>Analisis Data</i>	40
3.5.3	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	41
3.5.4	<i>Analisis Korelasi / Regresi Linier Sederhana</i>	41
3.5.5	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	49

4.1.1	<i>Sejarah Singkat Perusahaan</i>	49
4.1.2	<i>Profil Perusahaan</i>	51
4.1.2.1	<i>Visi Dan Misi</i>	51
4.1.2.2	<i>Struktur Organisasi Perusahaan</i>	52
4.2	<i>Pengolahan Data Dan Pembahasan</i>	52
4.2.1	<i>Karakteristik Responden</i>	52
4.2.2	<i>Uji Kualitas Data</i>	54
4.2.2.1	<i>Uji Validitas Data</i>	54
4.2.2.2	<i>Uji Reabilitas</i>	56
4.3	<i>Analisis Per Variabel</i>	56
4.3.1	<i>Kualitas Produk</i>	56
4.3.2	<i>Keputusan Pembelian</i>	64
4.4	<i>Statistik Deskriptif</i>	71
4.5	<i>Analisis Regresi Linier Sederhana</i>	72
4.6	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	73
4.6.1	<i>Uji Normalitas</i>	73
4.6.2	<i>Uji Heteroskedasitas</i>	75
4.6.3	<i>Uji Autokorelasi</i>	76
4.6.4	<i>Rangkuman Uji Asumsi Klasik</i>	77
4.7	<i>Uji Hipotesis</i>	78
4.7.1	<i>Uji Koefisien Regresi (Uji T)</i>	78
4.7.2	<i>Uji Simultan (Uji F)</i>	79
4.8	<i>Analisis Koefisien Korelasi Dan Determinasi</i>	80
4.9	<i>Pembahasan Penelitian</i>	80
	BAB V PENUTUP	
5.1	<i>Kesimpulan</i>	83
5.2	<i>Saran-Saran</i>	83
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

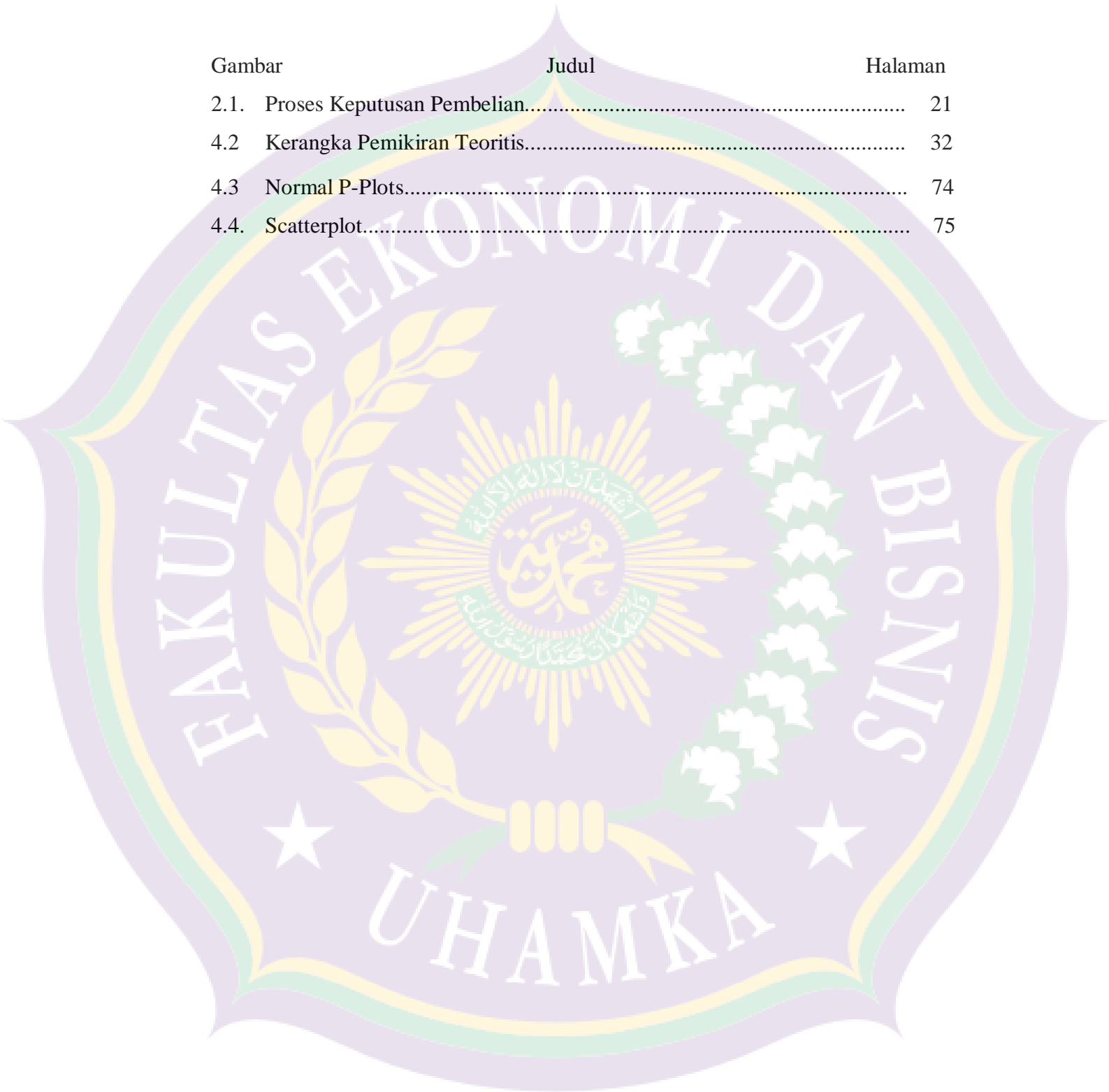
DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	10
3.1.	Operasionalisasi Variabel	35
3.2.	Skala Likert.....	37
3.3.	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	44
3.4.	Pengambilan Keputusan Autokorelasi	48
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.4.	Uji Validitas Kualitas Produk.....	55
4.5.	Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	55
4.6.	Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian....	56
4.7.	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Mudah Digunakan.....	57
4.8.	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Nyaman Digunakan.....	57
4.9.	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Mempunyai Keragaman Model Produk.....	58
4.10	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Mempunyai Keragaman Menu Dalam <i>Handphone</i>	58
4.11	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Terdapat Kemungkinan Mengalami Gangguan Teknis Dalam Mengoperasikan/Menggunakan <i>Handphone</i>	59
4.12	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Kemungkinan Dapat Mengalami Kerusakan Fisik.....	59
4.13	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Sesuai Karakteristik Dengan <i>Handphone</i> Masa Kini.....	60
4.14	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Sesuai Standar Karakteristik Operasi <i>Handphone</i> Masa Kini.....	61

4.15	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Memiliki Umur Ekonomis.....	61
4.16	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Memiliki Daya Tahan Yang Baik.....	62
4.17	Indikator Kualitas Produk(x).....	63
4.18	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Sesuai Dengan Kebutuhan Rutinitas Saya.....	64
4.19	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Karena Sesuai Dengan Gaya Hidup Saya.....	65
4.20	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Berdasarkan Informasi Yang Saya Miliki.....	65
4.21	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Berdasarkan Rekomendasi Dari Teman.....	66
4.22	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Sesuai Dengan Harapan Yang Diinginkan.....	66
4.23	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Sesuai Dengan Kondisi Keuangan Pribadi.....	67
4.24	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Adalah Produk Handphone Nomor Satu Pilihan Saya.....	68
4.25	<i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i> Yang Paling Saya Sukai Dan Harga Terjangkau.....	68
4.26	Saya Merasa Puas Dengan Produk <i>Handphone Android Samsung Grand Neo</i>	69
4.27	Saya Merasa Cocok Menggunakan Merek Samsung Dan Tidak Berminat Untuk Mencoba Merek Lain.....	69
4.28	Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	70
4.29	Descriptive Statistics.....	71
4.30	Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Sederhana.....	72
4.31	Hasil Uji Normalisasi Normalisasi.....	73
4.32	Hasil Uji Autokorelasi <i>Durbin-Watson</i>	76
4.33	Hasil Uji Autokorelasi <i>Runs-Test</i>	77
4.34	Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji T).....	78
4.35	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	79
4.36	Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Dan Determinasi.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1.	Proses Keputusan Pembelian.....	21
4.2	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
4.3	Normal P-Plots.....	74
4.4.	Scatterplot.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Lembar Kuesioener	1/21
2.	Tabel Skor Kuesioner	4/21
3.	Hasil SPSS	12/21
4.	T tabel	15/21
5.	R tabel	15/21
6.	Formulir Pengajuan Judul Skripsi	17/21
7.	Surat Tugas	18/21
8.	Catatan Konsultasi Skripsi Pembimbing 1 (satu)	19/21
9.	Catatan Konsultasi Skripsi Pembimbing 2 (dua)	20/21
10.	Daftar Riwayat Hidup	21/21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi saat ini sangat berkembang pesat dan membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Kemudahan yang diberikan oleh teknologi tersebut mencakup banyak hal serta merambah berbagai aspek kehidupan, mulai dari bisnis hingga pendidikan. teknologi ini berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia agar dalam kehidupannya dapat lebih mudah berkomunikasi ataupun melakukan sesuatu. Dari segala efek positif yang diterima oleh manusia terdapat pula berbagai efek negatif, baik secara fisik dan mental.

Saat ini konsumen sudah sangat teliti dalam membeli sesuatu produk karena banyaknya produk yang ada dipasaran dan banyaknya informasi yang diterima dari produsen. Hal ini menyebabkan persaingan antara badan usaha untuk memuaskan konsumen sangat sulit. keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut.

Persaingan bisnis dalam era globalisasi yang semakin dinamis, kompleks dan serba tidak pasti, menyediakan peluang tetapi juga tantangan. Tantangan tersebut muncul seiring dengan adanya inovasi-inovasi baru yang dapat ditemukan pada berbagai produk yang beredar dalam pasaran sehingga membuat konsumen akan melakukan tindakan yang lebih selektif dalam memenuhi

kebutuhan dan keinginan mereka. Kondisi tersebut membuat perusahaan dituntut untuk dapat terus menerus mengikuti selera konsumen.

Konsumen sebagai sasaran pemasaran perusahaan selalu menentukan sendiri apa yang hendak dibelinya, banyak faktor yang mempengaruhinya konsumen untuk membeli. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam menilai, memilih, dan membeli suatu produk. Perilaku konsumen merupakan suatu tindakan nyata konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor kejiwaan dan faktor lainnya yang mengarahkan mereka untuk membeli. Perilaku konsumen suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain keyakinan terhadap produk yang bersangkutan, keyakinan terhadap pengalaman masa lalu konsumen. Hampir setiap orang secara tetap melakukan interaksi dengan orang lain yang secara langsung atau tidak langsung juga akan mempengaruhi keputusan membeli mereka. Budaya masyarakat yang suka mencoba hal baru dan mengikuti tren di dimanfaatkan produsen *handphone* yang dengan gencar meluncurkan produk-produk baru berteknologi tinggi.

Fenomena yang terjadi bahwa merek *handphone Samsung Android Grand Neo* hadir dengan harga yang murah dengan kualitas produk yang baik. *Handphone Android Samsung grand neo* memiliki kualitas yang baik contohnya Dual SIM, dual kamera (Kamera Utama 5MP dan Kamera Depan 2 MP), jaringan 2G dan jaringan 3G, Luas layar 5.0 *inches* dan Memori internal 8 GB, 1 GB RAM sehingga memberikan kemudahan konsumen untuk memenuhi kebutuhan teknologi dan komunikasi. Berkaitan dengan keinginan konsumen untuk membeli dikenal dengan istilah keputusan pembelian. istilah keputusan pembelian

merupakan bagian dari proses menuju kearah tindakan pembelian yang di lakukan oleh konsumen. Kondisi yang berbeda-beda serta persaingan dalam dunia bisnis yang kian ketat terutama persaingan yang berasal dari perusahaan yang sejenis, perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarnakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Fenomena tersebut dapat dilihat dari kondisi persaingan saat ini yang terjadi pada produk *handphone* (ponsel). Keaneka ragaman peroduk ponsel dengan beragam sistem operasi (*Operating system/OS*) pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat menentukan OS mana yang memenuhi kebutuhan mobilitas serta kebutuhan dalam berkomunikasi.sistem operasi itu sendiri yaitu suatu *interface* perantara antara *user* dan *device* yang digunakan untuk mengontrol/ me- *manage device* maupun aplikasi di dalamnya. Perkembangan ponsel yang saat ini sudah sampai pada tahap pengelompokan *system* operasi membuat persaingan diantara produsen ponsel semakin ketat dan sengit. pada perusahaan pembuat *mobile Operating System (OS)* telah berlomba untuk memasarkan produk-produk mereka dengan

menciptakan fungsi-fungsi dan teknologi yang kian hari kian memanjakan pengguna *smartphone*.

Android adalah *system* operasi untuk telepon seluler yang berbasis *linux*, *Android* menyediakan *platform* terbuka bagi para pengembang buat menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak. Awalnya *Google inc* membeli *android inc* pendatang baru yang membuat peranti lunak untuk ponsel. Untuk mengembangkan *android*, dibentuklah *Open Handset Alliance*, konsorsium dari 34 perusahaan peranti keras, peranti lunak dan telekomunikasi, termasuk *google*, *HTC*, *intel*, *Motorola*, *Qualcomm*, *T-Mobile*, dan *Nvidia*.

Pada saat perilis perdana *android* 5 november 2007, *Android* bersama *Open Handset Alliance* menyatakan mendukung pengembangan standar terbuka pada perangkat seluler. Di lain pihak, *Google* merilis kode-kode *android* dibawah lisensi *Aphace*. Sebuah lisensi perangkat lunak dan setandar terbuka perangkat seluler. Di dunia ini terdapat dua jenis distributor *system* operasi *android* pertama yang mendapat dukungan penuh dari *google* atau *Google mail service (GMS)* dan kedua adalah yang benar-benar bebas distribusinya tanpa dukungan langsung *google* atau dikenal sebagai *Open Handset Distribution (OHD)*. *Android* juga sudah bergabung dengan beberapa smart mobile seperti *nokia*, *Sony Eericsoon* dan lainnya. Telepon pertama yang memakai *system* operasi *Android* adalah *HTC Dream*, yang dirilis pada 22 Oktober 2008, pada penghujung tahun 2009 diperkirakan didunia ini paling sedikit terdapat 18 jenis telpon seluler yang menggunakan *Android*. *Android* tidak hanya mempunyai 1 versi saja, tapi *android*

juga mengeluarkan bermacam-macam versi. *Android* mempunyai banyak versi, yang setiap versi mempunyai fitur yang berbeda-beda. Setiap versi *android* mengupdate *system* yang terbaru dari versi yang sebelumnya.

Dari uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa kualitas produk diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis apakah kualitas produk tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE ANDROID SAMSUNG GRAND NEO* PADA *SONIC PHONE LANTAI 1 ITC ROXY MAS JAKARTA BARAT*”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi berkaitan dengan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kualitas produk *handphone android* Samsung?
2. Bagaimanakah keputusan pembelian konsumen *handphone android* Samsung?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian membeli *handphone android* samsung?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Untuk mendapatkan suatu pembahasan yang lebih rinci dan tidak keluar dari pokok pembahasan, maka penulis membatasi masalah atau ruang lingkup dari masalah yang akan dibahas yaitu kualitas produk pengaruhnya terhadap keputusan pembelian *handphone android samsung*.

1.2.3 Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada judul diatas adakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone android samsung*

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk dapat melaksanakan penelitian ini dengan baik dan mengenai sasaran, maka peneliti harus mempunyai tujuan, adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas produk *handphone android samsung*.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen membeli *handphone android samsung* dengan kualitas yang sudah ada.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *handphone android*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis tentu mengharapkan apa yang telah tertulis ini dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Akademik

Hasil penelitian yang terbatas ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, referensi akademik serta informasi yang lebih mendalam bagi dunia akademik mengenai kualitas produk dan keputusan pembelian.

2. Mahasiswa

Penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa referensi ilmiah dalam penelitian penulis selanjutnya, melatih pemahaman dalam berfikir ilmiah, dan mengasah kemampuan berfikir secara sistematis berdasarkan ilmu, wawasan dan pengalaman yang diperoleh.

3. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan bagi perusahaan yang bersangkutan dan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah kebijaksanaan dimasa yang akan datang, khususnya di bidang pemasaran produk.

DAFTAR FUSTAKA

- Anggun Sulistya, Widha. 2014. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Kelompok Acuan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone Android. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
<http://eprints.undip.ac.id/42812/1/SULISTYA.pdf>
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali pers. Jakarta
- Feigenbaum, A.V. 2008. **Kendali Mutu Terpadu**, Jilid 1, Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta
- George R. Terry, (2008). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. (edisi bahasa Indonesia). PT. Bumi Aksara: Bandung.
- Goetsch, David. L, Staanely B.Davis, 2008, **Quality Management, Introduction to Total Quality**
- Isyanto, Puji, SE., MM., Herligiani, SE (2012). “Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone blackberry pada mahasiswa Universitas singapur bangsa karawang”. Vol 09. No. 4. Juli
- Kotler, Philip., dan Gary Amstronng. (2012). *Principles OF Marketing, Global Edition, 14 Edition*. Pearson Education.
- _____, dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 14). Jakarta: Erlangga.
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran* , Jilid Satu, Edisi Millennium Terjemahan Hendra Teguh, SE, AK dan Rony A Rusly, SE, AK dan Drs Benjamin, Penerbit PT. Perhalindo
- Loudon dan Della Bitta. (2008). *Pemasaran dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekansi Full
- Ma’ruf, Hendri. (2005). *Pemasaran Ritel*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. (2010). *Consumer Behavior. 10th edition*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.

Singarimbun. (2009). *Metode Penelitian Survey*. Edisi Revisi, LP3ES. Jakarta

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.

_____. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung
Alfabeta.

_____. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RSD*. Bandung:
Alfabeta

_____. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.

_____. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung
Alfabeta.

_____. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RSD*. Bandung:
Alfabeta

Sutisna, (2008), *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Remaja
Rosdakarya, bandung

Swasta, Basu. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan*.
Jakarta: Penerbit Liberty.

Teguh, SE, AK dan Rony A Rusly, SE, AK dan Drs Benjamin, Penerbit PT.
Perhalindo

Thera Kesuma, Krisna. (2012) "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas
Konsumen"

Yulianto, Teguh. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Nokia (Studi kasus
Fakultas Ekonomi Angkatan 2008 Universitas Semarang).

<http://journal.usm.ac.id/jurnal/qman/543/detail/>

[http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/20321631-S-
Krisna%20Thera%20Kesuma.pdf](http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/20321631-S-Krisna%20Thera%20Kesuma.pdf)

[http://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/2012-1-00411-
MN%20BAB%202.pdf](http://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/2012-1-00411-MN%20BAB%202.pdf)

<http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=35415>

<http://digilib.unpas.ac.id/download.php?id=2074>