



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO F7 DI  
ERAFONE MAL CIPUTRA CIBUBUR**

SKRIPSI

Aditya Damayanti

1502025009

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2019



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO F7 DI  
ERAFONE MAL CIPUTRA CIBUBUR**

SKRIPSI

Aditya Damayanti

1502025009

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2019

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO F7 DI ERAFONE MAL CIPUTRA CIBUBUR”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan, serta 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 Muhammdiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammdiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 17 Mei 2019  
Yang Menyatakan,



Aditya Damayanti  
1502025009

## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO F7 DI ERAFONE MAL CIPUTRA CIBUBUR**

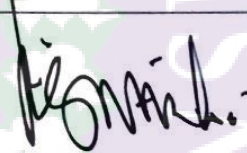

NAMA : **ADITYA DAMAYANTI**

NIM : **1502025009**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

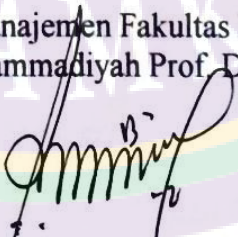
TAHUN AKADEMIK : **2019**

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

Pembimbing I	Eti Rochaeti, S.E., MM.	
Pembimbing II	Edi Setiawan, S.E., M.M	 08/2019

**Mengetahui,**

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

  
Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO F7 DI ERAFONE  
MAL CIPUTRA CIBUBUR**

Yang disusun oleh:  
Aditya Damayanti  
1502025009

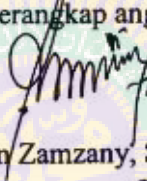
Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu  
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal : 27 Agustus 2019

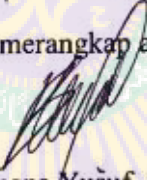
### Tim Penguji:

Ketua, merangkap anggota :



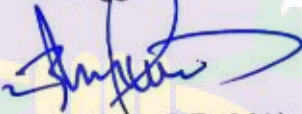
(Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.)

Sekretaris, merangkap anggota :



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

Anggota :

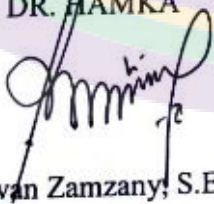


(Emaridial Ulza, S.E., MA)

### Mengetahui,

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

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



Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M



Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aditya Damayanti  
NIM : 1502025009  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis Karya : Skripsi

demikian 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 DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBEIAN SMARTPHONE OPPO F7 DI ERAFONE MAL CIPUTRA CIBUBUR”** 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 sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 17 Mei 2019  
Yang Menyatakan,



(Aditya Damayanti )

## ABSTRAKSI

**Aditya Damayanti (1502025009)**

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO F7 DI ERAFONE MAL CIPUTRA CIBUBUR**

*Skripsi, Program Strata Satu Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta*

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga , Keputusan Pembelian.

Pada zaman modern saat ini smartphone merupakan gadget yang paling penting bagi orang, lalu para konsumen sangat teliti saat pembelian suatu produk smartphone. Keputusan pembelian ini sangat penting bagi konsumen ketika sedang melakukan pembelian. Konsumen dapat memastikan harga untuk mendapatkan fitur canggih dan kualitas yang bagus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO F7 di Erafone Mal Ciputra Cibubur.

Penelitian ini menggunakan metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen smartphone OPPO F7 di Erafone mal Ciputra Cibubur 100 orang. Teknik pemilihan sampel menggunakan *slovin* diperoleh berjumlah 80 orang responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi parsial, analisis koefisien korelasi berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian smarphone OPPO F7 di Erafone Ciputra Cibubur. Hasil penelitian ini bahwa kenaikan Kualitas Produk berdasarkan dari indikator memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, karena sistem operasi OPPO F7 mudah digunakan. Secara parsial variabel Harga memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian smarphone OPPO F7 di Erafone Ciputra Cibubur. Hal tersebut menunjukkan bahwa Harga OPPO F7 terjangkau dengan spesifikasi terbaru.

## **ABSTRACT**

**Aditya Damayanti (1502025009)**

***EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON BUYING DECISION  
SMARTPHONE OPPO F7 AT MALL CIPUTRA CIBUBUR***

*Essay, Strata one management study program faculty of economics and business  
university Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.*

*Keywords: Product Quality, Price, Buying Decision.*

*In modern times mobile phones are the most important gadget for people, then the consumers are very careful when purchasing a mobile phone product. This purchase decision is very important for consumers when making a purchase. Consumers can ensure prices to get advanced features and good quality. This study aims to determine the effect of product quality and price on buying decision OPPO F7 smartphone at Erafone Mall Ciputra Cibubur.*

*This research uses survey method. The population in this research is OPPO F7 smartphone consumers at Erafone Mall Ciputra Cibubur. The sample selection technique using Slovin was 80 respondents. Data collection techniques are carried out through questionnaires using a Likert scale. Data processing and analysis techniques used are descriptive analysis, multiple linear regression analysis, classical assumption test, partial correlation coefficient analysis, multiple correlation coefficient analysis and hypothesis testing.*

*The results of the study show that simultaneously the Product Quality and Price variables have a significant influence on Buying Decision. Partially the Product Quality variable has a positive and significant influence on Buying Decision at Erafone Mall Ciputra Cibubur. The results of this study that product quality increase based on indicators have an influence on buying decision, because OPPO F7 operating system is easy to use. Partially the Price variable has a positive influence on Buying Decision at Erafone Mall Ciputra Cibubur. This shows that the price of the OPPO F7 is affordable with the latest specifications.*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO F7 di Erafone Mal Ciputra Cibubur”** dengan tepat waktu. Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Jakarta.

Selesai skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan semangat dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena atas segala rahmat dan izinnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ayahanda Sugiyup HS dan Ibunda Haryati, yang tak hentinya memberikan doa, cinta dan dukungan sepenuh hati serta selalu memberikan cahaya inspirasi dalam melewati setiap langkah kehidupan penulis.
3. Bapak Prof. Dr.Gunawan Suryoputro, M. Hum.,selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Zulpahmi, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Dr. Sunarto, M.M selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Bapak Tohirin, S.H.I., M.Pd.I Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
8. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

9. Ibu Eti Rochaeti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I. Terimakasih atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Bapak Edi Setiawan S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing II. Terimakasih atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Ayahanda Sugiyup HS dan Ibunda Haryati, yang tak hentinya memberikan doa, cinta dan dukungan sepenuh hati serta selalu memberikan cahaya inspirasi dalam melewati setiap langkah kehidupan penulis.
12. Seluruh staf Erafone Mal Ciputra Cibubur yang telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran penelitian.
13. Terima kasih untuk Defrizal Ganin yang selalu memberi motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Sahabat Nadya, Ka Iis, Amel, Anggi, Imeh, Desi, Fitri dan teman seperjuangan Prodi Manajemen Angkatan 2015 yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, dukungan dalam penyusunan skripsi ini dan meramaikan perpustakaan FEB.
15. Semua pihak yang terikat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan kepada penulis. Semoga semua kebaikan yang telah kalian berikan dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan oleh peneliti. Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Jakarta, 17 Mei 2019



Aditya Damayanti

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI/INTISARI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	8
1.2.3 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Telaah Pustaka .....	16
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	16
2.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran .....	16
2.2.3 Produk .....	17

2.2.3.1 Pengertian Produk.....	17
2.2.3.2 Karakteristik Produk.....	18
2.2.3.3 Tingkatan Produk.....	20
2.2.4 Kualitas Produk.....	21
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	21
2.2.4.2 Dimensi Kualitas Produk.....	21
2.2.4.3 Indikator Kualitas Produk.....	22
2.2.5 Harga.....	24
2.2.5.1 Pengertian Harga.....	24
2.2.5.2 Dimensi Harga.....	24
2.2.5.3 Indikator Harga.....	25
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	26
2.2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	26
2.2.6.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	27
2.2.6.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.4 Rumusan Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Metodologi Penelitian.....	35
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	35
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.3 Uji Kualiditas Instrumen.....	41
3.4.3.1 Uji Validitas.....	42
3.4.3.2 Uji Reabilitas.....	44
3.5 Teknik Pengolahan Data dan Analisis data.....	44
3.5.1 Teknik Pengolahan.....	44

3.5.2	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i> .....	45
3.5.3	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> .....	46
3.5.3.1	<i>Model Regresi Linear Berganda</i> .....	46
3.5.3.2	<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	46
3.5.4.3	<i>Analisis Koefisien Determinasi dan Korelasi</i> .....	50
3.5.5	<i>Uji Hipotesis</i> .....	52
3.5.4.1	<i>Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)</i> .....	52
3.5.5.2	<i>Uji Serentak (Uji Statistik F)</i> .....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i> .....	53
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i> .....	53
4.1.2	<i>Sejarah Singkat Erafone Mal Ciputra Cibubur</i> .....	53
4.1.3	<i>Latar Belakang Produk</i> .....	54
4.1.4	<i>Visi dan Misi Erafone Mal Ciputra Cibubur</i> .....	55
4.2	<i>Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan</i> .....	56
4.2.1	<i>Identitas Responden</i> .....	56
4.2.2	<i>Analisis per Variabel</i> .....	59
4.2.2.1	<i>Kualitas Produk(<math>X_1</math>)</i> .....	60
4.2.2.2	<i>Harga(<math>X_2</math>)</i> .....	71
4.2.2.3	<i>Keputusan Pembelian(<math>Y</math>)</i> .....	76
4.3	<i>Uji Validitas Data</i> .....	82
4.3.1	<i>Uji Validitas Kuesioner</i> .....	82
4.3.2	<i>Uji Reabilitas</i> .....	84
4.3.3	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i> .....	85
4.3.4	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> .....	86
4.3.4.1	<i>Model Regresi Linier Berganda</i> .....	86
4.3.4.2	<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	88
4.3.4.3	<i>Uji Normalitas</i> .....	88
4.3.4.4	<i>Uji Multikolinieritas</i> .....	90
4.3.4.5	<i>Uji Heteroskedastisitas</i> .....	91
4.3.4.6	<i>Uji Autokorelasi</i> .....	92



4.3.5 Analisis Koefisien Korelasi.....	93
4.3.5.1 Koefisien Korelasi Parsial.....	93
4.3.5.2 Koefisien Korelasi Berganda.....	95
4.3.6 Uji Hipotesis.....	95
4.3.6.1 Uji Statistik <i>t</i> .....	95
4.3.6.2 Uji Statistik <i>F</i> .....	97
4.3.7 Analisis Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ).....	98
4.4 Interpretasi.....	99
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Gambaran Penelitian Terdahulu.....	11
2.	Operasionalisasi Variabel Independen dan Dependen.....	32
3.	Bobot Nilai Skala Likert .....	37
4.	Kriteria Persentase Tanggapan Responden .....	41
5.	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier.....	47
6.	Usia Responden.....	51
7.	Jenis Kelamin Responden .....	52
8.	Pendidikan Terakhir Responden .....	53
9.	Penghasilan Responden.....	54
10.	Sistem operasi OPPO F7 mudah digunakan .....	55
11.	Kualitas OPPO F7 sesuai dengan harapan konsumen.....	55
12.	Kinerja baterai OPPO F7 tahan lama membuat pemakaian smartphone bertahan 12-18 jam .....	56
13.	OPPO F7 memiliki spesifikasi terbaru.....	56
14.	Spesifikasi OPPO F7 canggih sesuai kebutuhan konsumen.....	57
15.	Spesifikasi OPPO F7 terbaru tidak dimiliki pesaing.....	58
16.	OPPO F7 memiliki RAM 4GB dan 6GB mampu menjalankan sistem lebih baik .....	58
17.	OPPO F7 memiliki kamera depan 25MP dan kamera belakang 16MP yang mampu menghasilkan gambar dengan kualitas yang berkelas....	59
18.	Spesifikasi terbaru OPPO F7 memuaskan konsumen .....	60
19.	OPPO F7 tidak mudah rusak dan tahan lama.....	60
20.	OPPO F7 menggunakan layar 6.23 inches super AMOLED yang membuat pengguna semakin nyaman .....	61
21.	OPPO F7 menggunakan bahan metal pada body sehingga nyaman di gunakan .....	61
22.	OPPO F7 merupakan smartphone yang berkualitas tinggi .....	62

23. OPPO F7 merupakan smartphone yang mempunyai daya tahan kuat dan tidak mudah rusak .....	63
24. Pelayanan OPPO F7 ramah dan memudahkan konsumen .....	63
25. Jumlah service center OPPO F7 lebih banyak sehingga lebih cepat melayani konsumen.....	64
26. Indikator Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ) .....	65
27. Harga OPPO F7 terjangkau dengan spesifikasi terbaru .....	66
28. Harga OPPO F7 terjangkau di bandingkan pesaing.....	67
29. Harga OPPO F7 sesuai dengan spesifikasinya .....	67
30. Harga OPPO F7 sesuai dengan modelnya .....	68
31. Setiap akhir tahun OPPO F7 memeberikan potongan harga kepada konsumen .....	68
32. Bagi pembeli pertama OPPO F7 di toko mendapatkan potongan harga 200 .....	69
33. Setiap pembelian OPPO F7 pada moment tertentu dapat potongan harga.....	70
34. Potongan harga setiap event tertentu.....	71
35. Indikator Harga (X <sub>2</sub> ) .....	71
36. Stock produk OPPO F7 yang tersedia mampu memenuhi kebutuhan konsumen .....	72
37. Produk OPPO F7 sangat di gemari oleh semua kalangan.....	72
38. Informasi produk OPPO F7 berasal dari iklan dan brosur.....	73
39. Jaringan informasi OPPO F7 sangat luas.....	73
40. Kualitas yang dimiliki produk OPPO F7 sangat meyakinkan konsumen .....	74
41. Membeli OPPO F7 lebih baik telah membandingkan degan merek pesaing.....	75
42. Produk OPPO F7 sangat mudah di gunakan .....	75
43. Desain OPPO F7 yang minimalis dan menarik.....	76
44. Indikator Keputusan Pembelian(Y).....	76
45. Uji Validitas Variabel X <sub>1</sub> (Kualitas Produk).....	78
46. Uji Validitas Variabel X <sub>2</sub> (Harga).....	78

47. Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	79
48. Hasil Uji Reabilitas .....	80
49. Hasil Statistik Deskriptif .....	82
50. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	82
51. Hasil Uji Normalitas .....	84
52. Hasil Uji Multikolinieritas .....	86
53. Hasil Uji Autokorelasi.....	88
54. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	89
55. Hasil Uji Koefisien Korelasi Parsial Antara Kualitas Produk dan Minat Beli.....	90
56. Hasil Uji Koefisien Korelasi Parsial Antara Promosi Penjualan dan Minat Beli.....	90
57. Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	91
58. Hasil Uji Statistik t.....	92
59. Hasil Uji Statistik F.....	94

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28
2.	<i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	85
3.	Grafik Uji Heteroskedastisitas .....	87





## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner .....	1/33
2.	Data Kuesioner .....	6/33
3.	Output Data SPSS .....	13/33
4.	Tabel r (df = 1-90).....	22/33
5.	Tabel t (df =81-100) .....	25/33
6.	Tabel f (80-100) .....	26/33
7.	Tabel Durbin Watson (65-100) .....	27/33
8.	Formulir Pengajuan Persetujuan Judul Proposal Skripsi .....	28/33
9.	Surat Tugas.....	29/33
10.	Catatan Konsultasi Pembimbing I .....	30/33
11.	Catatan Konsultasi Pembimbing II .....	31/33
12.	Daftar Riwayat Hidup .....	32/33

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Dalam suatu kegiatan perusahaan betapa pentingnya fungsi pemasaran sebagai penghubung antara kebutuhan dan keinginan konsumen dengan sebuah produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Setiap Perusahaan harus mempersiapkan bagian pemasaran dengan sebaik-baiknya agar dapat mengelola dan mencari peluang untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen dapat sesuai dengan produk yang di hasilkan perusahaan.

Pada saat ini fungsi manajemen pemasaran mempunyai peran penting sebagai jantung perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dari perusahaan. Bagi setiap perusahaan manajemen pemasaran yang mengatur bagaimana strategi agar produk yang di hasilkan perusahaan di terima atau di minati para konsumen. Suatu perusahaan harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen karena banyaknya kebutuhan manusia yang beraneka ragam, oleh karena itu bagian yang mengatur kegiatan pemasaran di setiap perusahaan harus memiliki kualitas agar dapat menjalankan tugas dan tanggung jawab agar dapat mencapai tujuan dari sebuah perusahaan.

Kualitas produk itu kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen (Cannon, dkk, 2014:286). Definisi lain kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler

dan Armstrong, 2014:272). Menurut Kotler dan Keller (2014:143), kualitas produk itu totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Tantangan paling besar dihadapi oleh setiap perusahaan adalah masalah pengembangan produk. Pengembangan produk dapat dilakukan oleh personalia dalam perusahaan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada. Di samping itu juga dapat menyewa para peneliti guna menciptakan produk baru dengan model-model yang sesuai. Perusahaan yang tidak mengadakan atau tidak mampu menciptakan produk baru akan menghadapi resiko seperti penurunan volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif, adanya perubahan selera konsumen, munculnya teknologi baru dalam proses produksi (Cannon, dkk, 2014:285).

Dalam meningkatkan kualitas produk suatu perusahaan terdapat berbagai cara bagaimana kemasan dalam produk serta membuat desain yang bagus agar menarik untuk di lihat dan diminati konsumen, Harga yang di miliki perusahaan agar sesuai dengan keinginan konsumen. Harga dapat mempengaruhi kualitas produk apabila harganya tinggi maka produknya akan sangat bagus dan dapat di minati oleh konsumen.

Kualitas Produk dengan tujuan memuaskan konsumen dan Promosi untuk memberikan informasi kepada konsumen. Di dalam suatu kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan yang kian pesat saat ini. Pada zaman ini Teknologi sangat di butuhkan untuk memenuhi kebutuhan

setiap manusia sehari-hari. *smartphone* semakin banyak perusahaan yang mengeluarkan produk yang berbeda-beda dengan spesifikasi dan keunggulannya yang sangat canggih guna membantu dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Menurut Kotler (2014:2), harga itu sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.

Harga sangatlah penting di dalam penjualan dan konsumen bisa memilih dari harga terendah dan tertinggi sehingga konsumen bisa mengambil keputusan untuk membeli produk yang diinginkan dan sesuai dengan budget yang konsumen punya.

Persaingan yang ketat dalam bisnis Smartphone menjadikan konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan untuk memilih jenis dan type yang sesuai dengan selera. Setiap Smartphone yang dikeluarkan biasanya mempunyai kelebihan dan kekurangan, tinggal bagaimana konsumen menentukan pilihan tersebut.

Keputusan Pembelian pada kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan jual beli. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Menurut Peter dan Olson (2015) keputusan pembelian proses mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2014) pemilihan dari dua atau lebih pilihan keputusan pembelian pada suatu produk.

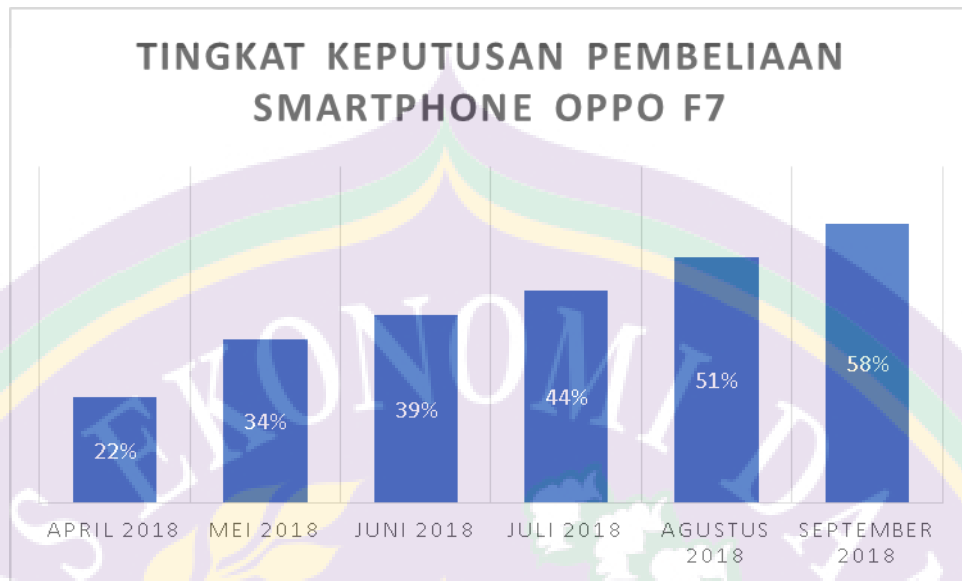
Keputusan pembelian suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian.

(Kotler dan Amstrong, 2015). Kotler (2016) juga menjelaskan tentang keputusan pembelian suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan hingga perilaku setelah pembelian.

Pada zaman modern saat ini smartphone merupakan gadget yang paling penting bagi orang, lalu para konsumen sangat teliti saat pembelian suatu produk smartphone. Keputusan pembelian ini sangat penting bagi konsumen ketika sedang melakukan pembelian konsumen bisa memastikan harga, spesifikasinya, daya tahan baterai, RAM dan Kamera OPPO F7 merupakan smartphone kelas menengah yang menonjolkan kemampuan foto selfinya. Dan konsumen dapat mengetahui budget yang harus di keluarkan untuk mendapatkan fitur canggih dan desain yang bagus.

Dalam dunia bisnis atau usaha, smartphone dapat di gunakan sebagai alat komunikasi dimana saja tanpa memerlukan kabel untuk di colokkan seperti telefon rumah. Menggunakan smartphone adalah keuntungan yang tepat bagi para pelaku usaha atau bisnis karena smartphone dapat di gunakan untuk melakukan kegiatan jual beli dengan ketentuan yang ada tanpa mempertemukan pembeli dan penjual. Maka perusahaan smartphone memiliki persaingan yang ketat karena setiap perusahaan memiliki strategi yang tepat untuk menarik minat konsumen dengan memberikan harga dengan spesifikasi yang baik serta diskon harga pada turun waktu tertentu agar memperoleh keuntungan dan memiliki pelanggan agar melakukan pembelian ulang karena konsumen merasa puas dengan produk perusahaan tersebut.





Gambar 1

#### Tingkat Keputusan Pembelian

Dari data diatas dapat terlihat bahwa setiap bulannya meningkat. Bulan April 2018 sebesar 22%, bulan Mei 2018 sebesar 34%, bulan Juni 2018 sebesar 39 %, bulan Juli sebesar 44%, bulan Agustus sebesar 51%, bulan September sebesar 58%. Dalam data tingkat Keputusan Pembelian smartphone OPPO F7 mengalami kenaikan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Dan atas kenaikan setiap bulannya perusahaan OPPO memberikan discount dan potongan harga pada event tertentu. Dan banyaknya konsumen yang ingin membeli smartphone karena berdampak sangat baik bagi perusahaan. (*www.OppoF7.com.2019*)

Mengacu pada penelitian yang pernah di lakukan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen. Penelitian sebelumnya pada variabel Amrullah, dkk (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda”. Menyatakan bahwa

kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Dealer Hona Star Motor di Samarinda.

Sedangkan menurut Yuniarti (2016) Menyatakan bahwa secara silmutan bahwa variabel kualitas produk, harga dan kepercayaan mempengaruhi variabel keputusan pembelian produk fashion online secara signifikan sebesar 29,053 dengan tingkat signifikan sebesar 00,00. Sedangkan secara parsial, variabel harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk fashion secara online. Dan variabel yang berpengaruh signifikan paling besar terhadap keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk sebesar 29,01%.

Penelitian sebelumnya pada variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian yang di lakukan oleh Soenaan dan Malonda (2014) Menyatakan bahwa Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen D'Stupid Baker Surabaya. Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) bersama-sama memiliki pengaruh signifikan secara simulat terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda bisa disimpulkan bahwa dari tiga variabel di atas, kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Sedangkan menurut Safirudin dan Heriyanto (2016) Menyatakan bahwa Produk, harga, promosi dan tempat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian city car KIA Picanto pada PT. Kars Inti Amanah (KALLA KIA) Palu. Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap

keputusan pembelian city car KIA Picantopada PT. Kars Inti Amanah (KALLA KIA) Palu. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian city car KIA Picantopada PT. Kars Inti Amanah (KALLA KIA) Palu. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian city car KIA Picantopada PT. Kars Inti Amanah (KALLA KIA) Palu. Tempat memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian city car KIA Picantopada PT. Kars Inti Amanah (KALLA KIA) Palu. Hasil Uji F berpengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen Hasil Uji T variabel independen secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan uraian di atas dan mengingat pentingnya kualitas produk dan harga sebagai upaya meningkatkan keputusan pembelian. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO F7 di Erafone Mal Ciputra Cibubur”**.

## **1.2. Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka penelitian ini akan mengambil permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Kualitas Produk Smartphone OPPO F7 ?
2. Bagaimanakah Harga Smartphone OPPO F7 ?
3. Bagaimanakah Keputusan Pembelian Smartphone OPPO F7 ?

4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO F7 ?
5. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO F7 ?
6. Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di OPPO F7 ?

### ***1.2.2 Pembatasan Masalah***

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah, dan fokus, maka penulis membatasi, penelitian ini pada pembahasan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO F7 pada Erafone Mal Ciputra Cibubur.

### ***1.2.3 Perumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka perumusan masalah pada penulisan ini adalah, adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Smartphone di OPPO F7 di Erafone Mal Ciputra Cibubur.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis Kualitas Produk Smartphone di OPPO F7 di Erafone Mal Ciputra Cibubur.
2. Menganalisis Harga Smartphone di OPPO F7 di Erafone Mal Ciputra Cibubur.
3. Menganalisis Keputusan Pembelian Smartphone di OPPO F7 di Erafone Mal Ciputra Cibubur.

4. Menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di OPPO F7 di Erafone Mal Ciputra Cibubur.
5. Menganalisis Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di OPPO F7 di Erafone Mall Ciputra Cibubur.
6. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di OPPO F7 di Erafone Mal Ciputra Cibubur

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof DR HAMKA.

2. Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi proses pembelajaran pada program studi untuk memperluas pengetahuan tentang kaulitas produk, harga dan keputusan pembelian di bidang pemasaraan.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk membentuk kebijakan di bidang pemasaran terutama yang berkaitan dengan harga produk, kualitas produk dan keputusan pembelian harga konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Rizan (2016). “*Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Alakasa Extrusindo*” JOM Vol 9 No 2 2016. Diunduh 5 September 2018 05:59.
- Alfredo Dwitama Soenaan, Edward stephen Malonda (2014). “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D’Stupid Baker Spazio*” JOM Vol 5 No 4. Diunduh 3 September 2018 17:44.
- Amalia, Dhika. (2015). “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Rental Mobil CV. Ilham Motor Gandu Mlarak Ponorogo*” JOM Vol 1 No 1 2015. Diunduh 5 September 2018 13:56.
- Amron, Amron. (2018). “*The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality and Price on the Consumer’s Buying Decision of MPV Cars*” JOM Vol 14 No 13 2018. Diunduh 5 September 2018 17:23.
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA (2016). “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*” JOM Vol 13 No 2 2016. Diunduh 4 September 2018 11:40.
- Assauri, Softjan. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Baruna Hadi Brata , Shilvana Husani , Hapzi Ali (2017). “*The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*”. JOM Vol 1 No 2 2017. Diunduh 13 September 2018 19:06.
- Chairiza. (2012). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Andalas di Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Ellys Cornelia S, Nancy Veronica S. Endo Wijaya Kartika, Thomas S. Khaihatu (2014). “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di laundry 5Asec Surabaya*” JOM Vol 4 No 2 2014. Diunduh 5 September 2018 05:51.



- Hidayat, Imam, Dadang Iskandar. (2013). “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Bober Café Bandung Periode Bulan Juni 2013)*” JOM Vol 5 No 1 2013. Diunduh 4 September 2018 11:41.
- Kotler, Philip dan Amstrong Gary. (2012). *Marketing an Introduction*, Edisi X. Indonesia: Pearson.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi XII. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kelvin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran I, Edisi XIII*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Manajemen Pemasaran 2, Edisi XIII*. Jakarta: Erlangga.
- Nawari. (2017). “*Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amanda Brownies Cabang Sidoarjo*” JOM Vol 2 No 2 2017. Diunduh 3 September 2018 17:53.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2014). *Merek dan Psikologi Konsumen*, Jakarta: Graha Ilmu.
- Rizza Anggita dan Hafzi Ali (2017). “*The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)*” JOM Vol 3 Nol 6 2017. Diunduh 13 September 2018 19:02.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian dan Pengembangan : Reach and Development : Untuk Bidang : Pendidikan, Manajemen, Sosial, Teknik*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murtidan John Soeprihanto. (2013). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tim Penyusun. (2014). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Feb Uhamka.
- Umi Narimawati. (2012). *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*.