

ABSTRAK

Perkembangan jaman telah membuat teknologi sangat berkembang. Teknologi sangatlah berkembang, terutama di Indonesia. Salah satu teknologinya adalah *handphone*, seperti yang kita ketahui *handphone* adalah alat komunikasi yang praktis. *Handphone* yang sedang sangat banyak dikonsumsi di Indonesia dewasa ini adalah Blackberry.

Yang mempengaruhi konsumen pada saat ingin memutuskan untuk membeli produk Blackberry adalah harga, kualitas produk, dan promosi dari produknya. Harga yang relatif mahal yang sebanding dengan kualitas produk Blackberry yang baik serta berbagai promosi yang ditawarkan oleh produk Blackberry pun cukup menarik membuat konsumen memutuskan untuk membeli dan menggunakannya.

Melalui penelitian ini, Peneliti mencoba meneliti tentang “**Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Blackberry Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha**” sebagai objek penelitian yang berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dan *purposive sampling*.

Adapun hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Blackberry secara keseluruhan sebesar 12,8%, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Blackberry secara keseluruhan sebesar 22,8%, serta pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk Blackberry secara keseluruhan sebesar 20,1% yang diuji menggunakan analisis regresi sederhana. Pengujian dilakukan dengan SPSS versi 16.0.

Memasarkan produk Blackberry dengan harga yang relevan, promo atau potongan harga bagi semua kalangan merupakan salah satu cara untuk memberikan daya tarik konsumen terhadap keputusan pembelian produk Blackberry.

Kata kunci : harga, kualitas produk, promosi, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Changing times have made highly developed technology. Technology is evolving, especially in Indonesia. One is the mobile technology, as we all know mobile phones are a practical means of communication. Mobile is very widely consumed in Indonesia today is Blackberry.

That influence consumers when deciding to buy a product like Blackberry are price, product quality, and promotion of its products. Relatively expensive price that is comparable to a good quality product Blackberry and other promotions offered by Blackberry product was interesting enough to make consumers decide to buy and use.

Through this study, researchers tried to examine “The Influence of Price, Product Quality, and Promotional Product Purchase Decision Against Blackberry Maranatha Christian University Students” as the object of study of the 100 respondents. The sampling technique used in this study is a non probability sampling and purposive sampling.

The results showed the influence of price on purchase decisions Blackberry products overall by 12.8%, the effect of product quality on the Blackberry product purchasing decisions as a whole of 22.8%, and the effect of promotion on Blackberry product purchasing decisions as a whole of 20.1 % were tested using simple regression analysis. Tests performed with SPSS version 16.0.

Blackberry market products with relevant prices, promos or discounts to all people is one way to give the consumer appeal of the Blackberry product purchasing decisions.

Keywords: price, product quality, promotion, buying decision.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	8

2.1.2	Pengertian Harga.....	10
2.1.3	Strategi Penetapan Harga	11
2.1.4	Kualitas Produk.....	12
2.1.5	Dimensi Kualitas Produk	12
2.1.6	Promosi	14
2.1.7	Tujuan Promosi.....	15
2.1.8	Keputusan Pembelian.....	15
2.2	Kerangka Pemikiran	19
2.3	Model Penelitian.....	20
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	20

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	23
3.2	Populasi dan Sampel	23
3.2.1	Populasi.....	23
3.2.2	Sampel.....	24
3.3	Teknik Pengambilan Sampel	24
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27

3.6 Uji Pendahuluan.....	28
3.6.1 Uji Normalitas.....	28
3.6.2 Uji Outliers.....	29
3.6.3 Uji Validitas	29
3.6.4 Uji Reliabilitas	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Analisa Regresi Linier Berganda	30
3.7.2 Koefisien Determinasi.....	30
3.8 Kriteria Pengujian Hipotesis	31

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	32
4.1.1 . Jenis Kelamin.....	32
4.1.2 Usia.....	33
4.1.3 Tingkat Pengeluaran Per Bulan.....	34
4.2 Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian.....	35
4.2.1 Harga.....	35

4.2.1.1	Saya merasa harga Blackberry cukup mahal bila dibandingkan ponsel sejenis.....	35
4.2.1.2	Saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memberikan <i>fitur</i> yang lebih meskipun harganya cukup mahal	36
4.2.1.3	Menurut saya harga yang saya bayarkan untuk Blackberry sepadan dengan nilai/ <i>value</i> produknya.....	37
4.2.1.4	Menurut saya harga yang ditawarkan Blackberry sudah sesuai untuk masing-masing jenis/tipe ponselnya.....	38
4.2.2	Kualitas Produk.....	39
4.2.2.1	Saya membeli ponsel Blackberry karena merek ponsel tersebut terkenal.....	39
4.2.2.2	Saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memiliki kualitas yang baik.....	40

4.2.2.3	Saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memberikan garansi produk.....	41
4.2.2.4	Saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memiliki model yang bervariasi	42
4.2.2.5	Saya membeli ponsel Blackberry karena memiliki tampilan yang menarik.....	43
4.2.2.6	Saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memiliki <i>fitur</i> Blackberry Messenger yang berbeda dari ponsel lainnya.....	44
4.2.2.7	Secara keseluruhan <i>fitur</i> dalam Blackberry memuaskan untuk saya.....	45
4.2.3	Promosi.....	46
4.2.3.1	Saya membeli ponsel Blackberry karena melihat iklan di TV	46

4.2.3.2	Saya membeli ponsel Blackberry karena melihat iklan di koran.....	47
4.2.3.3	Saya membeli ponsel Blackberry karena melihat iklan tersebut di majalah	48
4.2.3.4	Saya membeli ponsel Blackberry karena adanya promosi cicilan dari kartu kredit.....	49
4.2.4	Keputusan Pembelian.....	50
4.2.4.1	Saya membeli ponsel Blackberry karena harganya sebanding dengan kualitasnya	50
4.2.4.2	Saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memiliki kualitas yang baik.....	51
4.2.4.3	Saya membeli ponsel Blackberry karena promosi yang ditawarkan menarik.....	52
4.2.4.4	Saya senang pada akhirnya saya memutuskan membeli ponsel Blackberry.....	53
4.2.4.5	Saya akan menyarankan teman saya membeli ponsel Blackberry.....	54

4.3 Uji Normalitas.....	55
4.4 Uji Outliers	56
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.5.1 Uji Validitas	56
4.5.2 Uji Relibilitas	59
4.6 Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	62
4.6.1 Uji Hipotesis 1	62
4.6.1.1 Uji Hipotesis	62
4.6.1.2 Uji Regresi	62
4.6.1.3 Analisa	63
4.6.2 Uji Hipotesis 2.....	63
4.6.2.1 Uji Hipotesis	63
4.6.2.2 Uji Regresi	64
4.6.2.3 Analisa	64
4.6.3 Uji Hipotesis 3.....	65
4.6.3.1 Uji Hipotesis	65
4.6.3.2 Uji Regresi	65
4.6.3.3 Analisa	66
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	66

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	68
--------------------	----

5.2 Saran	71
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)	

DAFTAR TABEL

Tabel I	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	25
Tabel II	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel III	Data Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel IV	Data Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Per Bulan.....	34
Tabel V	Pernyataan responden terhadap saya merasa harga Blackberry cukup mahal bila dibandingkan ponsel sejenis.....	35
Tabel VI	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memberikan <i>fitur</i> yang lebih meskipun harganya cukup mahal	36
Tabel VI	Pernyataan responden terhadap harga yang saya bayarkan untuk Blackberry sepadan dengan nilai/ <i>value</i> produknya.....	37
Tabel VII	Pernyataan responden terhadap harga yang ditawarkan Blackberry sudah sesuai untuk masing-masing jenis/tipe ponselnya.....	38

Tabel IX	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena merek ponsel tersebut terkenal	39
Tabel X	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memiliki kualitas yang baik	40
Tabel XI	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memberikan garansi produk.....	41
Tabel XII	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memiliki model yang bervariasi	42
Tabel XIII	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena memiliki tampilan yang menarik	43
Tabel XIV	Pernyataan repsonden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memiliki <i>fitur</i> Blackberry Messenger yang berbeda dari ponsel lainnya.....	44
Tabel XV	Pernyataan responden terhadap secara keseluruhan <i>fitur</i> dalam Blackberry memuaskan untuk saya	45
Tabel XVI	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena melihat iklan di TV.....	46
Tabel XVII	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena melihat iklan di koran.....	47

Tabel XVIII	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena melihat iklan tersebut di majalah.....	48
Tabel XIX	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena adanya promosi cicilan dari kartu kredit.....	49
Tabel XX	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena harganya sebanding dengan kualitasnya	50
Tabel XXI	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena ponsel tersebut memiliki kualitas yang baik.....	51
Tabel XXII	Pernyataan responden terhadap saya membeli ponsel Blackberry karena promosi yang ditawarkan menarik	52
Tabel XXIII	Pernyataan responden terhadap saya senang pada akhirnya saya memutuskan membeli ponsel Blackberry.....	53
Tabel XXIV	Pernyataan responden terhadap saya akan menyarankan teman saya membeli ponsel Blackberry	54
Tabel XXV	Tabel Normalitas.....	55
Tabel XXVI	Data responden terbebas dari outliers	56

Tabel XXVII	Analisa Validitas Awal dengan KMO and Bartlett's	
	Test	57
Tabel XXVIII	Tabel Hasil Uji Validitas Awal dengan Rotated	
	Component Matrix (a)	57
Tabel XXIX	Analisa Validitas Akhir dengan KMO and Bartlett's	
	Test	58
Tabel XXX	Tabel Hasil Uji Validitas Akhir dengan Rotated	
	Component Matrix (a)	58
Tabel XXXI	Reliabilitas Harga	59
Tabel XXXII	Reliabilitas Kualitas Produk	60
Tabel XXXIII	Reliabilitas Promosi	61
Tabel XXXIV	Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	61
Tabel XXXV	Uji Regresi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
Tabel XXXVI	Model Summary Harga Terhadap Keputusan	
	Pembelian.....	63
Tabel XXXVII	Uji Regresi Kualitas Produk Terhadap Keputusan	
	Pembelian.....	64
Tabel XXXVIII	Model Summary Kualitas Produk Terhadap	
	Keputusan Pembelian	65
Tabel XXXIX	Uji Regresi Promosi Terhadap Keputusan	
	Pembelian.....	65

Tabel XL Model Summary Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	65
Tabel XLI Besar Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar I	Kerangka Pemikiran	19
Gambar II	Model Penelitian.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Proses Pengolahan Data

Lampiran III Jurnal

Lampiran IV Surat Pernyataan Mengadakan Penelitian Tidak Menggunakan
Perusahaan