

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Xiaomi di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Penelitian ini dilaksanakan dari Bulan September 2016 Sampai November 2016. Penelitian ini menggunakan *Causal Explanatory*, Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Kuisisioner online yang disebar kepada 105 responden. Variabel yang digunakan adalah Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3).Berdasarkan hasil penelitian menggunakan SPSS 21 terdapat pengaruh sebesar 41.9 % secara simultan dan sisanya sebesar 58.4 % dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan secara parsial Kualitas Produk berpengaruh sebesar 35.04 % lalu Harga sebesar 32.26% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak ada di penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Promosi



ABSTRACT

This study aims to Determine the effect of Product Quality, Price, and Promotion of the Purchase Decision Xiaomi mobile phones at Maranatha Christian University Bandung. The research was conducted from September 2016 Month Until November 2016. This study uses Causal Explanatory, Data collection techniques in this study using an online questionnaire that was distributed to 105 respondents. The variables used were Product Quality (X1), Price (X2), Promotion (X3) .Berdasarkan research using SPSS 21, there are significant simultaneously by 41.9% and the remaining 58.4% is influenced by other factors. While partially influenced Product Quality and Price of 35.04% and 32.26% and the rest is affected by other factors that are not in this study.

Keywords: Product Quality, Price, and Promotion



DAFTAR ISI

Halaman	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRAK</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.3 Kualitas Produk.....	12
2.1.4 Harga	21
2.1.5 Promosi	21
2.1.6 Perilaku Konsumen	26

2.1.7 AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	28
2.1.8 Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian	31
2.1.9 Keputusan Pembelian	32
2.1.10 Peranan dalam Proses Keputusan Pembelian.....	33
2.2 Riset Empiris.....	35
2.3 Rerangka Teoritis	37
2.4 Rerangka Pemikiran.....	38
2.5 Hipotesis.....	39
2.6 Model Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV)	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Metode Analisis Data	45
3.5.1 Analisis Kualitatif.....	45
3.5.1.1 Uji Validitas	46
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	46
3.5.2 Analisis Kuantitatif	47
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas	47
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.5.2.3 Uji Normalitas	48
3.5.3 Uji Hipotesis.....	48
3.5.3.1 Uji F	48
3.5.3.2 Uji t.....	49
3.6 Teknik Analisa Data.....	51

3.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Responden	53
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
4.2.1 Uji Validitas	55
4.2.2 Uji Reliabilitas	57
4.3 Uji Asumsi klasik	60
4.3.1 Uji Multikolinearitas	60
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	61
4.3.3 Uji Normalitas	62
4.4 Uji Hipotesis	63
4.4.1. Uji F	63
4.4.2 Uji t	64
4.5 Koefisien Determinasi	68
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	69
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	72
5.3 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Teoritis	37
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran	38
Gambar 2.3 Model Penelitian	39



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Riset Empiris.....	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.2 Usia Responden.....	54
Tabel 4.3 Penghasilan Responden.....	55
Tabel 4.4 Uji Validitas	56
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	58
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Harga.....	59
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Promosi	59
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	63
Tabel 4.12 Uji F.....	64
Tabel 4.13 Koefisien	66
Tabel 4.14 Uji T.....	67
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi.....	69
Tabel 4.16 Analisis Regresi Berganda.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuisoner Penelitian.....	77
Lampiran B	Tabulasi.....	79
Lampiran C	Pertanyaan Responden.....	85
Lampiran D	Gambaran Umum Responden.....	91
Lampiran E	Uji Validitas	92
Lampiran F	Uji Reliabilitas.....	98
Lampiran G	Uji Asumsi Klasik.....	106
Lampiran H	Uji Regresi dan Korelasi.....	110

