

**PENGARUH PERIKLANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Yulianti
130910202**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**PENGARUH PERIKLANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Yuliati
130910202**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**PENGARUH PERIKLANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
OPPO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Yuliati
130910202**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**PENGARUH PERIKLANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
OPPO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Yuliati
130910202**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 11 Februari 2017

Yulianti

130910202

**PENGARUH PERIKLANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO
SMARTPHONE DI KOTA BATAM**

**Oleh
Yuliati
130910202**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 11 Februari 2017

Nuzul Ikhwal, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah periklanan dan kualitas produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Oppo *smartphone* di kota Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Batam yang menggunakan Oppo *smartphone*. Sampel yang diambil sebanyak 130 responden dan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan instrumen angket/kuesioner. Analisis data menggunakan statistik deskriptif. Penelitian ini menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial untuk periklanan terhadap keputusan pembelian Oppo *smartphone* dengan nilai t hitung sebesar 6,231 dengan nilai $\text{sig } t = 0,000$. Sedangkan kualitas produk juga memberikan pengaruh yang signifikan dengan nilai t hitung 3,108 dengan nilai $\text{sig } t = 0,002$. Sedangkan secara simultan, periklanan dan kualitas produk menunjukkan hasil yang positif berpengaruh terhadap keputusan pembelian Oppo *smartphone* dengan nilai f hitung sebesar 38,136 dengan nilai $\text{sig } f = 0,000$. Dan koefisien determinasi $R^2 = 0,395$ yang berarti bahwa periklanan dan kualitas produk berpengaruh sebesar 39,5% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 60,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Periklanan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether advertising and product quality influence on purchasing decisions Oppo smartphone in the city of Batam. This study uses a quantitative approach. The population in this study is the community of Batam city that use the Oppo smartphone. Samples taken as many as 130 respondents were determined using purposive sampling technique. Data were collected by questionnaire instrument / questionnaire. Data analysis using descriptive statistics. This study showed a significant effect partially for advertising on purchasing decisions Oppo smartphone with t value of 6.231 with sig $t = 0.000$. While the quality of the products also have a significant influence with t value 3.108 with sig $t = 0.002$. While simultaneously, advertising and product quality showed a positive influence on purchase decisions Oppo smartphone with f value count of 38.136 with sig $f = 0.000$. The coefficient of determination R square = 0.395, which means that advertising and product quality at 39.5% influence on purchasing decisions, while 60.5% influenced by other variables not studied.

Keywords: *Advertising, Product Quality, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERIKLANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO DI KOTA BATAM”** sehingga penulis dapat memenuhi syarat untuk menempuh ujian Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Putera Batam.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapat banyak bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M selaku Ketua Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Putera Batam.
3. Bapak Nuzul Ikhwal, S.E.,M.M. selaku pembimbing skripsi pada Program studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Seluruh staf dosen pengajar pada Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu pengetahuan sejak tingkat awal sampai selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Papa dan Mama dan keluarga tercinta, yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, nasihat, serta kasih sayang yang sedemikian tulus sehingga penulis bias menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Firdalia, Hartati, Asmanto, dan teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2013.

Penulis sangat mengharapkan apabila ada saran dan kritik yang membangun dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat menyempurnakan hasil yang telah

diperoleh sebelumnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

Batam, 11 Februari 2017

Yuliati
130910202

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR RUMUS	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Perumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Teoritis.....	11
1.6.2 Praktis	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar.....	12
2.1.1. Teori Tentang Periklanan.....	12
2.1.1.1. Pengertian Periklanan	12
2.1.1.2 Sifat Iklan	17
2.1.1.3 Indikator Periklanan	18
2.1.2. Teori Tentang Kualitas Produk	22
2.1.2.1 Pengertian Kualitas	22
2.1.2.2 Pengertian Produk	24
2.1.2.3 Pengertian Kualitas Produk.....	24
2.1.2.4 Indikator Kualitas Produk	25
2.1.3 Teori Tentang Keputusan Pembelian	25
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	26
2.1.3.2 Struktur Keputusan Pembelian.....	26
2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	30
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
2.2. Penelitian Terdahulu	36
2.3. Kerangka Pemikiran.....	39
2.4. Hipotesis.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	41
3.2 Operasional Variabel.....	42
3.2.1 Variabel Dependen	42
3.2.2 Variabel Independen	43
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5. Metode Analisis Data	47
3.5.1 Analisis Deskriptif	48
3.5.2 Uji Kualitas Data	49
3.5.2.1 Uji Validitas	49
3.5.2.1 Uji Reliabilitas Data.....	51
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.5.3.1 Uji Normalitas Data	53
3.5.3.2 Uji Kolmogorov	53
3.5.3.3 Uji Multikolinieritas.....	54
3.5.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.5.4 Uji Pengaruh	54
3.5.4.1 Regresi Linier Berganda	54
3.5.4.2 Analisis Determinasi (R^2)	55
3.5.5 Uji Hipotesis	55
3.5.5.1 Uji T	56
3.5.5.2 Uji F	57
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	58
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	58
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden.....	59
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir.....	61
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Analisis Deskriptif	63
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas.....	67
4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	69
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	70
4.2.2.1 Hasil Uji Normalitas	71
4.2.2.2 Hasil Uji Kolmogorov.....	72
4.2.2.3 Hasil Uji Multikolineritas	73
4.2.2.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
4.2.3 Hasil Uji Pengaruh	74
4.2.3.1 Regresi Linier Berganda	76
4.2.3.2 Hasil Analisis Determinasi (R^2).....	76
4.2.4. Hasil Uji Hipotesis	78
4.2.4.1 Hasil Uji T.....	78

4.2.4.2.Hasil Uji F	80
4.3 Pembahasan.....	81

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	84
5.2. Saran	85
5.2.1 Teoritis	85
5.2.2 Praktis.....	85

DAFTAR PUSTAKA	86
----------------------	----

RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Volume Penjualan <i>Smartphone</i> di Indonesia Pada Tahun 2014.....	2
Tabel 2.1 Efek Komunikasi Pada Berbagai Tahap Respon	14
Tabel 2.2 PenelitianTerdahulu	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	44
Tabel 3.2 Range Validitas	50
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskriptif	63
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Periklanan (X1).....	64
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk (X2).....	65
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y).....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji ValiditasVariabel Periklanan (X1)	67
Tabel 4.9 Hasil Uji ValiditasVariabel kualitas produk (X2)	68
Tabel 4.10 Hasil Uji ValiditasVariabel keputusan pembelian (Y)	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Periklanan (X1)	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorov.....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolineritas	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.17 Analisa Regresi Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat ...	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	78
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	79
Tabel 4.20 Hasil Uji F	80

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Mengembangkan dan Mengelola Program Iklan	19
Gambar 2.2 Model Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan.....	32
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 <i>Bell Shape Curve</i>	53
Gambar 4.1 Diagram Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
Gambar 4.2 Diagram Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 4.3 Diagram Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir.....	62
Gambar 4.4 Normal Histogram.....	72
Gambar 4.5 Normal P-Plot.....	72
Gambar 4.6 Scatter Plot	76

DAFTAR RUMUS

Halaman

Rumus 3.1 <i>Unknown Population</i>	45
Rumus 3.2 <i>Pearson Product Moment</i>	50
Rumus 3.3 Uji Reliabilitas	52
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	55
Rumus 3.5 Uji Koefisien Determinasi R^2	56
Rumus 3.6 Uji R^2 Dua Variabel	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Kuesiner Penelitian
LAMPIRAN II Data Kuesioner
LAMPIRAN III Profil Responden
LAMPIRAN IV Uji Validitas
LAMPIRAN V Uji Reliabilitas
LAMPIRAN VI Uji Asumsi Klasik
LAMPIRAN VII Uji Pengaruh
LAMPIRAN VII Tabel F
LAMPIRAN VIII Tabel t
LAMPIRAN IX Tabel R