

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI SMARTPHONE
MEREK SAMSUNG DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Erfiana

130910041

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI SMARTPHONE
MEREK SAMSUNG DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Erfiana
130910041**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
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, 9 Februari 2017

Yang membuat pernyataan,

Erfiana

130910041

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT BELI SMARTPHONE MEREK SAMSUNG
DI KOTA BATAM**

**Oleh
Erfiana
130910041**

SKRIPSI

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

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

Batam, 9 Februari 2017

**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Saat ini masyarakat lebih tertarik menggunakan *smartphone* karena *smartphone* mudah dibawa dan digunakan dimanapun pengguna ingin membutuhkannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas produk, harga, dan promosi terhadap minat beli *smartphone* merek Samsung. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari 3 yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) sedangkan variabel terikat adalah minat beli konsumen (Y). Populasi penelitian adalah pengunjung tetap maupun tidak tetap yang telah berkunjung ke Rudhie Cell di Kota Batam dari Bulan Agustus sampai Oktober 2016 sebanyak 300 orang. Dari populasi yang didapat, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 171 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan menggunakan metode jenis *convenience sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan tahapan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Dibuktikan dengan uji T, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Data-data yang telah memenuhi uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas produk dengan koefisien regresi sebesar 0,385 lalu variabel harga dengan koefisien regresi sebesar 0,188. Sedangkan variabel yang pengaruhnya paling rendah adalah promosi dengan koefisien regresi sebesar 0,168. Model persamaan ini memiliki nilai F hitung sebesar 52,430 dan dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena F hitung lebih besar dari F tabel (2,66) dan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari α (0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Minat Beli

ABSTRACT

At this moment people are more interested in using the smartphone as a smartphone easy to carry and use anywhere users want to need. This study aims to determine the influence of product quality, price, and promotion of the brand Samsung smartphone buying interest. The independent variables in this study consisted of three namely Quality Products (X1), Price (X2) and Promotion (X3) while the dependent variable is the consumer buying interest (Y). The study population was a regular visitor and does not remain that had visited Rudhie Cell in Batam from August to October 2016 as many as 300 people. Of the population were obtained, samples taken in this study was 171 respondents using non-probability sampling techniques and using convenience sampling method type. The analysis used in this research is multiple linear regression analysis, using the stages of validity, reliability, and classical assumption. Evidenced by the T-test, F, and the coefficient of determination (R²). Data that has met the test of validity, reliability, and classical assumption. The sequence individually on each of the most influential variable is a variable quality product with a regression coefficient of 0.385 and price variables with a regression coefficient of 0.188. While the variables that influence the lowest is a promotion with a regression coefficient of 0.168. This equation models have calculated F value of 52,430 and with a significance level of 0.000. Because the F count larger than F table (2.66) and with a level of significance smaller than α (0.05). It shows that the independent variables in this study influence simultaneously the dependent variable buying interest.

Keywords : Product Quality, Price, Promotion and Consumer Buying

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih 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 Bisnis Universitas Putera Batam.
3. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
4. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku pembimbing akademik pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
5. Bapak Rudy Sugianto, selaku pemilik Rudhie Cell
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.

7. Kedua Orang Tuaku yang tercinta Heri Suwanto dan Wati yang telah memberikan kasih sayang, didikan dan arahan, doa yang tak pernah putus selamanya kepada penulis selama ini
8. Adik-adikku Rusliyanto, Megadiana serta Henliyanto yang selalu memdoakan dan mendukung penulis setiap saat.
9. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang diberikan dengan sukarela.
10. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, arahan, inspirasi dan kerjasama dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya atas segalan kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam pengkajian keilmuan dan mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Batam, 9 Februari 2017

Penulis,

Erfiana

NPM: 130910041

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
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	8
1.3	Pembatasan Masalah	9
1.4	Perumusan Masalah	10
1.5	Tujuan Penelitian	10
1.6	Manfaat Penelitian	11
1.6.1	Manfaat teoritis	11
1.6.2	Manfaat praktis	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Teori Dasar	12
2.1.1	Kualitas Produk	12
2.1.1.1	Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.1.2	Indikator Kualitas Produk	14
2.1.2	Harga	15
2.1.2.1	Pengertian Harga	15
2.1.2.2	Tujuan Penetapan Harga	16
2.1.2.3	Metode Penetapan Harga	19
2.1.2.3.1	Berdasarkan Permintaan	19
2.1.2.3.2	Berdasarkan Biaya	20
2.1.2.3.3	Berdasarkan Laba	21
2.1.2.3.4	Berdasarkan Persaingan	22
2.1.2.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	23
2.1.2.4.1	Faktor Internal Perusahaan	23
2.1.2.4.2	Faktor Eksternal Perusahaan	24
2.1.2.5	Indikator Harga	26
2.1.3	Promosi	26
2.1.3.1	Pengertian Promosi	26
2.1.3.2	Tujuan Promosi	27

2.1.3.3	Indikator Promosi.....	28
2.1.4	Minat Beli	38
2.1.4.1	Pengertian Minat Beli.....	38
2.1.4.2	Indikator Minat Beli	39
2.1.5	Keterkaitan Hubungan Antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen.....	40
2.1.5.1	Keterkaitan Hubungan antara Variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli	40
2.1.5.2	Keterkaitan Hubungan antara Variabel Harga terhadap Minat Beli ..	41
2.1.5.3	Keterkaitan Hubungan antara Variabel Promosi terhadap Minat Beli	41
2.1.5.4	Keterkaitan Hubungan antara Variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli.....	42
2.2	Penelitian Terdahulu.....	43
2.3	Kerangka Pemikiran	47
2.4	Hipotesis Penelitian	48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	49
3.2	Operasional Variabel	50
3.2.1	Variabel Dependen (Variabel Terikat)	50
3.2.2	Variabel Independen (Variabel Bebas).....	51
3.3	Populasi dan Sampel.....	53
3.3.1	Populasi.....	53
3.3.2	Sampel	53
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampling	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1	Jenis atau sumber Data	55
3.4.2	Alat Pengumpulan Data.....	56
3.4.2.1	Kuesioner	56
3.4.2.2	Studi Kepustakaan.....	57
3.5	Metode Analisis Data	58
3.5.1	Analisis Deskriptif Variabel	58
3.5.2	Uji Kualitas Data	59
3.5.2.1	Uji Validitas	59
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	61
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	62
3.5.3.1	Uji Normalitas	63
3.5.3.2	Uji Heteroskedastisitas	64
3.5.3.3	Uji Multikolinearitas	65
3.5.4	Uji Pengaruh	66
3.5.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	66
3.5.4.2	Analisis Determinasi.....	67
3.5.5	Pengujian Hipotesis	67
3.5.5.1	Uji T.....	67
3.5.5.2	Uji F.....	69

3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	70
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	70
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Responden.....	71
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	73
4.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
4.2	Hasil Penelitian.....	74
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel.....	74
4.2.1.1	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	75
4.2.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2).....	77
4.2.1.3	Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X3).....	79
4.2.1.4	Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	81
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data.....	83
4.2.2.1	Hasil Uji Validitas.....	83
4.2.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	85
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	86
4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	86
4.2.3.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	89
4.2.3.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
4.2.4	Uji Pengaruh.....	91
4.2.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	91
4.2.4.2	Analisis Determinasi.....	93
4.2.5	Hasil Pengujian Hipotesis.....	94
4.2.5.1	Hasil Uji T.....	94
4.2.5.2	Hasil Uji F.....	95
4.3	Pembahasan.....	97
4.3.1	Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli smartphone merek Samsung di Kota Batam.....	97
4.3.2	Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli smartphone merek Samsung di Kota Batam.....	97
4.3.3	Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli smartphone merek Samsung di Kota Batam.....	98
4.3.4	Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli smartphone merek Samsung di Kota Batam.....	98

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	99
5.2	Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA.....	102
----------------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar 10 smartphone yang terlaris kuartal II pada tahun 2016.....	7
Tabel 2.1	Tujuan Penetapan Harga.....	18
Tabel 2.2	Keunggulan dan Kelemahan Berbagai Media Promosi.....	32
Tabel 3.1	Variabel Operasional.....	52
Tabel 3.2	Kriteria Analisis Deskriptif.....	59
Tabel 3.3	Indeks Koefisien Korelasi Validitas.....	60
Tabel 3.4	Indeks Koefisien Reliabilitas.....	62
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	70
Tabel 4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	73
Tabel 4.4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Tabel 4.5	Kriteria Analisis Deskriptif.....	75
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk...	75
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Harga.....	78
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Promosi.....	79
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Minat Beli.....	81
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	83
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	84
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	84
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	85
Tabel 4.14	Indeks Koefisien Reliabilitas.....	86
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4.16	Hasil Uji Kolmogoriv-Smirnov.....	88
Tabel 4.17	Hasil Uji Glejser.....	90
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinearitas.....	91
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	93
Tabel 4.20	Hasil Uji T.....	94
Tabel 4.21	Hasil Uji F.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir	47
Gambar 4.1 Histogram Regression Residual	87
Gambar 4.2 Diagram Normal P-P Plot	88
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot	89

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	54
Rumus 3.2 Uji Validitas.....	60
Rumus 3.3 Uji Reliabilitas	61
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda.....	66
Rumus 3.5 Uji T	67
Rumus 3.6 Uji F.....	69
Rumus 4.1 Regresi Linier Berganda.....	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Hasil Tabulasi Data
Lampiran III	Hasil <i>Output</i> pengolahan SPSS
Lampiran IV	Hasil Penelitian Terdahulu
Lampiran V	R tabel
Lampiran VI	T tabel
Lampiran VII	F tabel