

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PT PUTRA INDO CAHAYA**

SKRIPSI



**Oleh
William
140910115**

**PROGRAM STUDI MA NAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PT PUTRA INDO CAHAYA**

SKRIPSI

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



**Oleh :
William
140910115**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : William
NPM/NIP : 140910115
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT PUTRA INDO CAHAYA

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 30 Jan 2019

Materai 6000

William
140910115

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PT PUTRA INDO CAHAYA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar sarjana**

**Oleh
William
140910115**

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

Batam, 02 Februari 2019

**Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian produk (Y) pada PT Putra Indo Cahaya. Penelitian ini adalah kuantitatif dan penyebaran data melalui kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen dan pengguna tas *fashion*. Sampel dalam penelitian ini adalah 167 melalui teknik *sampling purposive*, maka kuesioner ini disebarakan kepada responden yang berjumlah 167 orang. Selanjutnya data yang telah terkumpul dianalisis dengan analisis regresi berganda dengan bantuan alat hitung SPSS (*Statistic product and Service Solution*) versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Y) pada PT Putra Indo Cahaya. variabel kualitas produk (X_1) secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Y), dan variabel harga (X_2) secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Y). Secara simultan kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada PT Putra Indo Cahaya.

Kata kunci: kualitas produk, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study is intended to analyze the effect of product quality (X1) and price (X2) on product purchasing decisions (Y) at PT Putra Indo Cahaya. This research is quantitative and the distribution of data through questionnaires. The population of this study are consumers and users of fashion bags. The sample in this study was 167 through purposive sampling technique, so this questionnaire was distributed to respondents totaling 167 people. Furthermore, the collected data was analyzed by multiple regression analysis with the help of SPSS (Statistics product and Service Solution) version 22. The results of this study indicate that product quality (X1) and price (X2) have a positive and significant influence on product purchase decisions (Y) at PT Putra Indo Cahaya. product quality variable (X1) partially gives a positive and significant influence on product purchasing decisions (Y), and the price variable (X2) partially gives a positive and significant influence on product purchase decisions (Y). Simultaneously product quality (X1) and price (X2) have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions (Y) at PT Putra Indo Cahaya.

Keywords: *product quality, price, purchasing decision*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa proposal 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. Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
3. Bapak Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M. sebagai dosen pembimbing pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam;
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
5. Orang tua di rumah, sepupu dan keluarga dekat yang telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi maupun do'anya, sehingga penulis dapat menulis skripsi ini dengan baik.

Semoga dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 30 Januari 2019

William

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PENGARUH.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Kualitas Produk.....	10
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.1.1.2 Penentu-penentu Kualitas.....	11
2.1.1.3 Indikator-Indikator Kualitas Produk.....	12
2.1.2 Harga	13
2.1.2.1 Pengertian Harga	13
2.1.2.2 Faktor – Faktor Penetapan Harga.....	14
2.1.2. Indikator harga.....	16
2.1.3 Keputusan pembelian.....	17
2.1.3.1 Pengertian keputusan pembelian.....	17

2.1.3.2. Ciri-ciri keputusan pembelian	18
2.1.3.3. Komponen yang menjadi keputusan pembelian	19
2.1.3.4 Proses keputusan pembelian	22
2.1.3.5 Indikator keputusan pembelian.....	22
2.2 Penelitian terdahulu	25
2.5 Kerangka Pemikiran	26
2.6 Hipotesis	27
 BAB III METODE PENELITIAN	 26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Operasional Variabel	27
3.2.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	30
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel	32
3.4 Teknik dan alat pengumpulan data.....	34
3.4.2 Metode Analisis Data	35
3.5.1 Analisis Deskriptif	36
3.5.3 Uji Reliabilitas Data.....	39
3.5.5 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.6 Uji Hipotesis	41
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	45
3.6.1 Lokasi Penelitian	45
3.6.2 Jadwal Penelitian	46
 BAB IV	 47
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.2. Uji Kualitas Data	54
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas Data	54
 BAB V	 72
SIMPULAN DAN SARAN.....	72

5.1 Simpulan	72
5.2 Saran	73
 DAFTAR PUSTAKA	 74
LAMPIRAN I DAFTAR RIWAYAT HIDUP	77
LAMPIRAN II SURAT IZIN PENELITIAN	79
LAMPIRAN III KUESIONER PENELITIAN	80
LAMPIRAN IV TABULASI KUESIONER.....	83
LAMPIRAN V DATA SPSS.....	98
LAMPIRAN VI TABEL R.....	104
LAMPIRAN VII TABEL T.....	113
LAMPIRAN VIII TABEL F.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan Penelitian	46
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	49
Tabel 4. 4 Profil Responden berdasarkan lama berlanggan.....	50
Tabel 4. 5 Kriteria Analisis Deskriptif	51
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden X1 Kualitas Produk	51
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden X2 Harga	52
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Y Keputusan Pembelian Konsumen	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen(Y) 57	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga (X2).....	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Konsumen (Y)	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	61
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	64
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
Tabel 4.20 Hasil Uji T	67
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1 Tabel data penentu sampel Krejcie dan Morgan.....	34
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	60
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot)	60

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Pearson product moment	38
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda.....	42
Rumus 3.3 Uji Determinasi (R²).....	43
Rumus 3.4 Uji R² adjusted	43
Rumus 3.5 t Hitung	44
Rumus 3.6 Uji F.....	45