

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE
OPPO PADA PT MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Ervina
150610003**

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

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE
OPPO PADA PT MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh :

Ervina

150610003

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

SURAT 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, 01 Febuari 2019

Yang membuat pernyataan,

Ervina

150610003

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO PADA PT
MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh

Ervina

150610003

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

Batam, 17 Desember 2018

Suhardi, S.E., M.M.

Pembimbing

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran 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, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saranakan 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 Dr.Nur Elfi Husda,S.Kom.,M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Suhardianto,S.Hum.,M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian,S.Kom.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Putera Batam;
4. Bapak Suhardi, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing pada Universitas Putera Batam;
5. Tim Dosen Penguji;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Orang Tua tercinta, Tan Tie-Tie selaku Ayah kandung dan O Moei Kiau selaku Ibu Kandung;
8. Edi Candra,S.E. selaku Abang Kandung dan Ertina selaku saudara;
9. Kakak Tercinta Mita, Vina, Venny, Silvya.
- 10.Sahabat Tercinta Falintino, Selly, Susi Susanti, Narsilawati, Dewi Natalina, Rezki Safitri, Lisa, Melyani selaku rekan se-angkatan;
- 11.Sahabat Tercinta Latreia, Lesy , Suriani, Martha, Shindy, Welly,

Semoga skripsi ini dapat diterima dengan baik juga mendapat kasih karunia Tuhan dan semoga membalas kebaikan dan mendapat curahan rahmat berlimpah, Amin.

Batam, 01 Febuari 2019

Ervina

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone oppo pada PT Maju Telekomunikasi Batam, Variabel dalam penelitian ini adalah variabel harga (X1), promosi (X2), terhadap keputusan pembelian (Y) di PT. Maju Telekomunikasi Batam. Metode uji pengaruh yang digunakan adaah metode analisis statistic terdiri dari uji regresi linear berganda yaitu analisis determinasi, pengujian signifikan hipotesis yang terdiri dari uji – T dan Uji – F. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan (1) Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t untuk variabel harga adalah positif sebesar 4,237. Dikatakan signifikan karena nilai signifikansi dari variabel harga sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α 0,05 dan nilai t hitung sebesar 4,237 lebih besar dari nilai t tabel 1,975. (2) promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dikatakan berpengaruh positif karena nilai t untuk variabel promosi adalah positif sebesar 2,932. Dikatakan signifikan karena nilai signifikan dari variabel promosi sebesar 0,04 lebih kecil dari nilai α 0,05 dari nilai t hitung sebesar 2,932 lebih besar dari nilai t tabel 2,932 (3) harga dan promosi secara bersama memperoleh pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat bahwa variabel harga dan promosi signifikan terhadap keputusan pembelian. Dikatakan signifikan karena nilai signifikansi dari variabel harga dan promosi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α 0,05 dan nilai F hitung 21,854 lebih besar dari nilai F tabel 3,06.

Kata Kunci : Harga , Promosi , Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of prices and promotions on the purchasing decisions of Oppo mobile phones at PT Telecommunications Advanced Batam, the variables in this study are variable price (X1), promotion (X2), on purchasing decisions (Y) at PT. Batam Telecommunication Forward. The influence test method used is the statistical analysis method consisting of multiple linear regression tests, namely the analysis of determination, significant testing of the hypothesis consisting of the - T and Test - F. Based on the results of analysis and discussion it can be concluded (1) Price has a significant influence on the decision purchase because the value of t for the price variable is positive at 4,237. It is said to be significant because the significance value of the variable price of 0,000 is smaller than the value of α 0,05 and the value of t count is 4,237 greater than the value of t table 1,975. (2) promotion has a significant influence on purchasing decisions, said to have a positive effect because the value of t for the promotional variable is positive at 2.932. It is said to be significant because the significant value of the promotion variable of 0.04 is smaller than the value of α 0.05 of the value of t count of 2.932 greater than the value of t table 2.932 (3) the price and promotion together obtain a significant influence on purchasing decisions can be seen that variable prices and significant promotions on purchasing decisions. It is said to be significant because the significance value of the price variable and promotion is 0,000 smaller than the value of α 0.05 and the calculated F value of 21,854 is greater than the value of F table 3.06.

Keywords: Price, Promotion, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

Halaman

Contents

SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR RUMUS	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 12
2.1 Konsep Teoritis	12
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Harga	13
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	13
2.1.2.2 Indikator Harga	15
2.1.3 Promosi	15
2.1.3.1 Pengertian Promosi	15
2.1.3.2 Strategi Promosi.....	17
2.1.3.3 Indikator Promosi.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Penelitian	21
2.4 Hipotesis.....	21
 BAB III METODE PENELITIAN	 22
3.1 Desain Penelitian.....	22

3.2 Operasional Variabel.....	22
3.2.1 Variabel Bebas	22
3.2.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	23
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.1 Populasi.....	24
3.3.2 Sampel.....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Metode Analisis Data.....	27
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	27
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	28
3.5.2.1 Uji Validitas Data	28
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	29
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	29
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas.....	30
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.5.4 Uji Pengaruh	30
3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	31
3.5.5 Uji Hipotesis	31
3.5.5.1 Uji T.....	31
3.5.5.2 Uji F.....	32
3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian	33
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	33
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden	35
4.1.1.1 Profil Responden.....	35
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	37
4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Analisis Deskriptif	39
4.2.1.1 Karakteristik Variabel	39
4.2.1.2 Deskripsi Variabel Harga (X1)	39
4.2.1.3 Variabel Promosi (X2).....	40
4.2.1.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data	42
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas Instrumen	42
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Data	44
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas	47
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50

4.2.3.3 Hasil Heteroskedastisitas	51
4.2.4 Hasil Pengaruh	52
4.2.4.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
4.2.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis	54
4.2.5.1 Hasil Uji T	54
4.2.5.2 Hasil Uji F	55
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.3.3 Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1 Uji Normalitas Kurva Histogram	45
Gambar 4.2 Uji Normalitas Grafik P – P Plot Regression Standardized	45

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Harga Handphone Oppo	7
Tabel 1.2. Data Penjualan Handphone Oppo	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Operasional Variabel X.....	22
Tabel 3.2. Operasional Variabel Y.....	23
Tabel 3.3. Tabel Skala Likert.....	25
Tabel 3.4. Jadwal Penelitian	31
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan	34
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	35
Tabel 4.5 Deskripsi Indikator Variabel Harga	36
Tabel 4.6 Deskripsi Indikator Variabel Promosi.....	37
Tabel 4.7 Deskripsi Indikator Variabel Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Harga	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Promosi	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.14 Hasil Uji Olmogorov Smimov	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedatistitas.....	48
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.19 Hasil Uji T.....	52
Tabel 4.20 Hasil Uji F	53

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Tabel 3.1. Rumus Slovin.....	24
Tabel 3.2 Rumus Normalitas	27
Tabel 3.3 Rumus Uji t.....	29
Tabel 3.4 Rumus Uji f.....	30