

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE VIVO
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik
Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun)**

SKRIPSI



OLEH:

FERNANDO SIHOMBING

3903019027

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (KAMPUS KOTA MADIUN)

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE VIVO
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik
Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun)**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA KAMPUS
MADIUN**

untuk Memenuhi Sebagaian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

FERNANDO SIHOMBING

3903019027

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

(KAMPUS KOTA MADIUN)

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE VIVO*
(Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Kampus Kota Madiun)**

Oleh:

FERNANDO SIHOMBING

3903019027

**Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji**

Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati. M.Si

NIDN. 0713126601

Tanggal: 19 Januari 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Fernando Sihombing (NIM:3903019027)

Telah diuji pada tanggal 10 Januari 2024 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Veronika Agustini SM., SE., M.Si

NIDN. 0717087201

Mengetahui:

Dekan,



Drs. Indra Wijaya, S.Akt., M.M., CPMA

NIDN. 0718108506

Ketua Program Studi,



Dra. Dyah Kurniawati M.Si

NIDN.0713126601

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik
Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fernando Sihombing

NIM : 3903019027

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO (Studi Empiris
Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Kampus Kota Madiun)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya
ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh
Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula
bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital
library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk
kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Madiun, 05 Januari 2024

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAL TEMPEL' and '10000'. The signature is in black ink and appears to be 'Fernando Sihombing'.

(Fernando Sihombing)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya ini sehingga senantiasa memberikan saya selaku penulis bersemangat untuk menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun)**. Penelitian skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa peran serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kehidupan, keselamatan, dan Kesehatan baik jasmani dan Rohani.
2. Orang tua saya tercinta, yang selalu saya bangga – banggakan Ibu Modesta Boru Siboro yang selalu mendukung saya dan memotivasi saya agar berhasil mengatasi semua tantangan kehidupan. Dan saudara kandung saya Wandri Sihombing, Ribka Sihombing, Samuel Bona Jaya Marbun yang telah memberi suport dan motivasi kepada saya. Kakak penulis Rio dan semua keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing dan selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis UKWMS yang telah sabar, teliti dan Ikhlas meluangkan waktu, tenaga pikiran untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan saran – saran yang sangat berharga kepada saya selama penulisan skripsi.
4. Ibu Florentina Anif Farida, SE., MM. selaku wali studi Program Studi Manajemen UKWMS yang telah membimbing saya selama proses kuliah. Ibu Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si selaku ketua penguji yang telah memberikan masukan, motivasi serta semangat dari awal hingga akhir dan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan semangat kepada penulis.
6. Teman Seperjuangan kelas Manajemen B yang selalu menjadi tempat berbagi cerita dan memberikan suport dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua Responden yang bersedia meluangkan waktu mengisi kuesioner guna membantu proses penyelesaian skripsi.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman , penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Madiun, 05 Januari 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fernando', written in a cursive style.

Fernando Sihombing

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.1 Bauran Pemasaran	5
2.1.2 Pengertian Produk	5
2.1.3 Harga.....	8
2.1.4 Keputusan Pembelian	10
2.2 Penelitian Terdahulu	12

2.3 Pengembangan Hipotesis.....	13
2.3.1 Hubungan Antar Variabel.....	13
2.3.2 Rumusan Hipotesis	14
2.4 Kerangka Penelitian	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Desain Penelitian.....	16
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	16
3.2.1 Variabel Independen (X)	16
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	17
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	18
3.3.1 Jenis Data.....	18
3.3.2 Sumber Data	18
3.4 Metode Pengumpulan Data	18
3.4.1 Survei Dengan Menggunakan Kuesioner	18
3.4.2 Studi Pustaka	19
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan.....	19
3.5.1 Populasi.....	19
3.5.2 Sampel.....	19
3.5.3 Teknik Penyampelan.....	19
3.6 Teknik Analisis Data	20
3.6.1 Uji Kualitas Data	20
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	20
3.6.3 Regresi Linier Berganda.....	21
3.6.4 Penguji Hipotesis	22
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	24

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	24
4.1.1 Visi dan Misi	25
4.2 Deskripsi Data	25
4.2.1 Deskripsi Responden	25
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	26
4.3 Deskripsi Variabel.....	26
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	27
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	29
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	30
4.4 Analisis Data	31
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	31
4.5 Asumsi Klasik	33
4.5.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	35
4.5.2 Uji Hipotesis.....	36
4.6 Pembahasan	38
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	41
5.1 Simpulan	41
5.2 Keterbatasan	41
5.3 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	13
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	26
4.2 Rentang Skala	27
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	28
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	29
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	30
4.6 Uji Validitas.....	32
4.7 Hasil Uji Reliabilitas	33
4.8 Hasil Uji Normalitas	33
4.9 Hasil Uji Multikolonieritas.....	34
4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	35

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	15
3.1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan	23
4.1 Gambar Scatterplot	35
4.2 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan	37
4.3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan	38

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengisian Kuisisioner Dan Kuisisioner
- Lampiran 2 Data Primer dan Jawaban Responden
- Lampiran 3 Statistik Deskriptif
- Lampiran 4 Uji Kualitas Data
- Lampiran 5 Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Bukti Bahwa Menyebarkan Kuesioner
- Lampiran 7 Bukti Permohonan dan Pemberian Izin Penelitian

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Teknik pengambilan sampel dan purposive sampling. Teknik analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan variabel kualitas berpengaruh signifikan dan variabel harga tidak berpengaruh signifikan namun memiliki arah positif terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,519 artinya 51,9% pada variabel keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan harga, sedangkan 48,1% dapat disebabkan oleh variabel – variabel lain yang tidak masuk dalam persamaan model.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions for Vivo smartphones for students of Widya Mandala Catholic University Surabaya Madiun City Campus. The sample in this study were 100 students at Widya Mandala Catholic University Surabaya Madiun City Campus. Sampling technique and purposive sampling. This research analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results showed that the quality variable had a significant effect and the price variable had no significant effect but had a positive direction on purchasing decisions. The coefficient of determination (R^2) value of 0.519 means that 51.9% of the purchasing decision variable can be explained by the product quality and price variables, while 48.1% can be caused by other variables that are not included in the model equation.

Keywords: *product quality, price, purchasing decisions*