

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI
(Studi Kasus pada konsumen Xiaomi Surabaya Timur)**



OLEH:
SAMUEL HENRY SAPUTRO
15110006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2021**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI**

(Studi Kasus pada konsumen Xiaomi Surabaya Timur)



OLEH

SAMUEL HENRY SAPUTRO / 15110006

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2020



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Samuel Henry Saputro

NPM : 15110006


Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen


Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian *smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur**

Dosen Pembimbing,

Tanggal:.....


(Dr. Maria Widyastuti, M.M.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Tanggal:.....


(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh **Samuel Henry Saputro** dengan NPM **15110006**

Telah diuji pada

Dinyatakan **LULUS** oleh:

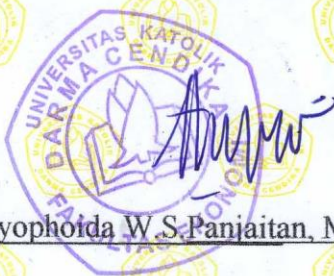
Ketua Tim Penguji



(Dr. V. Ratna Inggawati, M.M)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr Thyophoida W.S.Panjaitan, M.M.,

Ketua Program Studi



Lilik Indrawati, S.E., M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk terhadap
Minat beli dan Keputusan Pembelian *smartphone* Xiaomi di
Surabaya Timur

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika
Prodi Manajemen Perhotelan

Pada Hari....., Tanggal

Disusun oleh:

Nama : Samuel Henry Saputro

NPM : 15110006

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Perhotelan

Tim Penguji :

Nama :

1. Dr. V. Ratna Inggawati, M.M (Ketua)
2. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M (Penguji)
3. Dr. Maria Widyastuti, M.M (Penguji)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Samuel Henry Saputro
 Fakultas/ Prodi : Ekonomi/ Manajemen Perhotelan
 Alamat Asli : Jl Scorpio. No. 21 Surabaya
 No. Identitas (KTP) : 3504032211970006

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk terhadap Minat beli dan Keputusan Pembelian *smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini merupakan sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah - olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Dengan pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya,.....

Hormat saya



Samuel Henry Saputro



DATA MAHASISWA

Bersama ini saya sampaikan data sebagai berikut:

1. Nama : Samuel Henry Saputro
2. NPM : 15110006
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Tulungagung/ 22 November 1997
4. Alamat : Jl. Scorpio. No. 21. Surabaya
5. No. telp : 0812 – 2875 – 7195
6. Jurusan : Manajemen Perhotelan
7. Fakultas : Ekonomi
8. Judul skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk terhadap Minat beli dan Keputusan Pembelian *smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur

Demikian data ini saya buat dengan sebenarnya, dan dapat digunakan sebagaimana mestinya

Surabaya,



(Samuel Henry Saputro)

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Harga.....	8
2.1.1.1 Pengertian Harga.....	8
2.1.1.2 Peranan Harga.....	8
2.1.1.3 Tujuan Penetapan Harga.....	9
2.1.1.4 Indikator Harga	11
2.1.2 Kualitas Produk.....	13
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	13
2.1.3 Inovasi Produk.....	14
2.1.3.1 Pengertian Inovasi Produk.....	14
2.1.3.2 Indikator Inovasi Produk	14
2.1.4 Minat Beli.....	16
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli.....	16
2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	16
2.1.4.3 Indikator Minat Beli	17
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	18
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	20



2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	21
2.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	21
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	21
2.2.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli.....	21
2.2.4 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.2.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.2.5 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.2.4 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3 Penelitian Terdahulu	23
2.3.1 Penelitian Terdahulu	23
2.3.2 Penelitian Terdahulu II.....	24
2.3.3 Penelitian Terdahulu III	25
2.3.4 Penelitian Terdahulu IV	27
2.4 Kerangka Pemikiran	29
2.5 Kerangka Konseptual.....	30
2.6 Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN.....32

3.1 Objek Penelitian	32
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber data	32
3.2.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2.2 Sumber Data	33
3.2.1.1 Data Primer	33
3.2.1.2 Data Sekunder	33
3.3 Variabel Penelitian	33
3.3.1 Variabel Bebas.....	33
3.3.2 Variabel Terikat	34
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4.1 Variabel Bebas.....	34
3.4.2 Variabel Terikat	36
3.5 Populasi dan Sampel.....	37
3.5.1 Populasi	37
3.5.2 Sampel.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Uji Validitas.....	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	40
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	40
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas	40
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	41





3.7.6 Uji Kelayakan Model	41
3.7.7 Uji t	42

BAB IV HASIL PENELITIAN43

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Perusahaan Xiaomi	43
4.1.2 Produk <i>smartphone</i> Xiaomi.....	45
4.1.2.1 Seri Mi.....	45
4.1.2.2 Seri Poco.....	45
4.1.2.3 Seri Redmi	46
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	46
4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.3.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.3.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.3.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .	47
4.4 Deskripsi Hasil Tanggapan Responden	48
4.5 Pembahasan dan Analisa Data	53
4.5.1 Uji Validitas.....	53
4.5.2 Uji Reliabilitas	54
4.6 Uji Asumsi Klasik	55
4.6.1 Uji Normalitas	55
4.6.2 Uji Multikolinearitas	56
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.8 Koefisien Determinasi	62
4.9 Uji F Kelayakan Model.....	63
4.10 Uji t	64

BAB V PENUTUP73

5.1 Simpulan	73
5.2 Saran	75

- LAMPIRAN I Kuisisioner**
- LAMPIRAN II Print Out spss**
- LAMPIRAN III Tabulasi Data**



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan <i>Smartphone</i> di kuartal 1 2018 dan 2019	2
Tabel 1.2 Penjualan <i>Smartphone</i> di kuartal 2 2018 dan 2019	3
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	24
Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	25
Tabel 2.3 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	26
Tabel 2.4 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	28
Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Korelasi	42
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Perhitungan Distribusi Frekuensi Rata-rata pernyataan pada variabel	48
Tabel 4.5 Rata-rata pernyataan pada variabel Harga (X1)	48
Tabel 4.6 Rata-rata pernyataan pada variabel Kualitas Produk (X2)	49
Tabel 4.7 Rata-rata pernyataan pada variabel Inovasi Produk (X3)	50
Tabel 4.8 Rata-rata pernyataan pada variabel Minat Beli (Y1)	51
Tabel 4.9 Rata-rata pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian (Y2)	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas variabel independen terhadap variabel dependen	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas variabel independen terhadap variabel dependen	57
Tabel 4.14 Koefisien Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.15 Koefisien Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.16 Koefisien Determinan	62
Tabel 4.17 Koefisien Determinan	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Kelayakan Model	63
Tabel 4.19 Hasil Uji Kelayakan Model	63
Tabel 4.20 Hasil Uji t	64
Tabel 4.20 Hasil Uji t	68



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 4. 1 Uji Normalitas	55
Gambar 4. 2 Uji Normalitas	56
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas.....	58
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas.....	58
Gambar 4. 5 Kurva Uji t Harga (X1) Terhadap Minat Beli (Y1).....	65
Gambar 4. 6 Kurva Uji t Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Y1)	66
Gambar 4. 7 Kurva Uji t Inovasi Produk (X3) Terhadap Minat Beli (Y1).....	67
Gambar 4. 8 Kurva Uji t Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y2).....	68
Gambar 4. 9 Kurva Uji t Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y2)	69
Gambar 4. 10 Kurva Uji t Inovasi Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y2)	70
Gambar 4. 11 Kurva Uji t Minat Beli (Y1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y2)	71





ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia saat ini sedang mengalami kemajuan yang sangat pesat, ditambah era ponsel pintar atau *smartphone* sekarang yang saat ini sudah menjadi kebutuhan hidup masyarakat di Indonesia. Dalam dunia persaingan *smartphone* di Indonesia saat ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan *smartphone* yang memiliki harga terjangkau, kualitas produk yang bagus, memiliki inovasi yang berbeda dibanding pesaing – pesaing, karena konsumen akan rela membeli produk yang berkualitas. Keputusan pembelian konsumen muncul setelah adanya minat terlebih dahulu, hal tersebut dapat dipengaruhi oleh harga produk, kualitas produk, dan inovasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi di Surabaya Timur Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS versi 23 dapat dikatakan semua item pernyataan Valid dan semua variabel Reliabel. Nilai Adjusted R Square sebesar 50.1% dan 51.5% artinya dapat dikatakan bahwa seluruh variabel Harga, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk dapat dikatakan berpengaruh sedang terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian *smartphone* Xiaomi Surabaya Timur. pada uji t didapatkan hasil bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat beli *smartphone* Xiaomi Surabaya Timur, sedangkan variabel Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Minat beli *smartphone* Xiaomi Surabaya Timur, dan variabel Harga, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Xiaomi Surabaya Timur, tetapi Minat Beli menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Xiaomi Surabaya Timur.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk, Minat Beli, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The development of communication technology in Indonesia is currently experiencing very rapid progress, and the era of smartphones now which has now become a necessity for people's lives in Indonesia. In the world of smartphone competition in Indonesia today, companies are required to offer smartphones that have affordable prices, good product quality, have different innovations than competitors, because consumers will be willing to buy quality products. Consumer purchasing decisions arise after there is interest first, it can be influenced by product prices, product quality, and product innovation. This study aims to determine the effect of price, product quality, and product innovation on buying interest and purchasing decisions for Xiaomi smartphones in East Surabaya. Based on the results of data processing with SPSS version 23, it can be said that all statement items are valid and all variables are reliable. The Adjusted R Square value of 50.1% and 51.5% means that it can be said that all the variables of Price, Product Quality, and Product Innovation can be said to have a moderate effect on Purchase Interest and Purchase Decisions for Xiaomi smartphones in East Surabaya. The t test showed that the price and product quality variables had a significant effect on the purchase intention of the Xiaomi smartphone in East Surabaya, while the Product Innovation variable had no effect on the purchase intention of the Xiaomi smartphone in East Surabaya, and the price, product quality, and product innovation variables had no effect on purchasing decisions. Xiaomi smartphone in East Surabaya, but Buying Interest shows a significant influence on the Purchase Decision of the Xiaomi smartphone in East Surabaya.

Keywords: Price, Product Quality, Product Innovation, Purchase Intention, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk terhadap Minat beli dan Keputusan Pembelian smartphone Xiaomi di Surabaya Timur. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi (S.E) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Dengan selesainya laporan penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan dalam menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada :

1. Dr. Y. Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Dr. Thyophoida W.S.Panjaitan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap saya.
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang banyak membantu memberikan semangat kepada saya dan mahasiswa lain agar cepat lulus.





4. Dr. Maria Widyastuti, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan masukan, pengarahan, dan pendampingan kepada saya dengan sabar dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. V. Ratna Inggawati, M.M selaku ketua dosen penguji yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi saya.
6. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M dosen penguji yang banyak memberikan bantuan, masukan – masukan, serta kritik dan saran terhadap skripsi saya
7. Keluarga dan teman-teman manajemen angkatan 2017 yang memberikan support dan motivasi selama pembuatan skripsi ini.

Akhir kata penulis memohon maaf sebesar-besarnya apabila ada kesalahan dan kekurangan maupun segala keterbatasan dalam penulisan penelitian ataupun isi di dalam skripsi ini, namun penulis berusaha semaksimal mungkin dibantu dengan dosen pembimbing agar laporan skripsi ini terselesaikan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan laporan skripsi ini.