

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH IPHONE DI SURABAYA TIMUR



Oleh :

LISA CHRISTINA

15110002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2019**



SKRIPSI

PENGARUH HARGA, MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH IPHONE DI SURABAYA TIMUR

**Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

LISA CHRISTINA

15110002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2019**





LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Lisa Christina

NPM : 15110002

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN
DALAM MEMILIH IPHONE DI SURABAYA TIMUR.**

Pembimbing,

Tanggal 18 Juli 2019

(Drs. Bruno Hami, M.M.)

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen:

Tanggal 18 Juli 2019

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



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Lisa Christina dengan NPM 15110002

Telah diuji pada 18 Juli 2019

Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji

(Dr. Maria Widyastuti M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



Thyophoida WSP., S.E., M.M.

Ketua Program Studi,



Lilik Indrawati, S.E., M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Harga, Merek dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan
Konsumen dalam Memilih Iphone di Surabaya Timur

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada hari Rabu, Tanggal 31 Juli 2019

Disusun oleh:

Nama : Lisa Christina

NPM : 15110002

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tim Penguji :

Nama

1. Dr.Maria Widyastuti M.M.
2. Drs. Bruno Hami, M.M..
3. Lilik Indrawati S.E., M.M.


.....

.....

.....



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lisa Christina
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran
Alamat asli : Jl. Granting Baru Tengah no 39, Surabaya
No. Indentitas : 3578176703970003

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“Pengaruh Harga, Merek dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Iphone 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 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 ternyata 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 gelas keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 31 Juli 2019

Hormat saya,


Lisa Christina



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Harga, Merek dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Iphone di Surabaya Timur.”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi (S.E) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banya kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Bruno Hami M.M. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Ibu Lilik Indrawati, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswi di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
4. Kedua orang tua tercinta dan kedua saudari saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.



5. Teman-teman Prodi Manajemen malam ; Johans, Yohanes Utomo, Lusia, Angellyca, Teddy, Yonathan, Lia, Yohanes Budiono, Inri, yang selalu bersama-sama berjuang dan saling mendukung hingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
6. Teman-teman “MTM” ; Febby, Pesek, Jack, Lenoy yang selalu memberi semangat agar tidak patah semangat dan dukungan serta membantu doa sehingga saya dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman “hangout” : Bella, Fenny, Shandra, Angflo, Melinda, Yenyen yang selalu memberi semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman persekutuan doa : EY111, yang selalu menyemangati dan mendoakan saya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis telah berusaha dalam menyusun skripsi ini namun karna keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 31 Juli 2019

Lisa Christina



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Harga	11
2.1.1.1 Metode Penetapan Harga.....	12
2.1.1.2 Tujuan Penetapan Harga	13
2.1.1.3 Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga.....	14
2.1.1.4 Indikator Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Merek	15
2.1.2.1 Syarat Memilih Merek.....	16
2.1.2.2 Pengukuran Merek	16
2.1.2.3 Ekuitas Merek.....	17
2.1.2.4 Kesadaran Merek.....	19
2.1.2.5 Indikator Merek.....	20
2.1.3 Kualitas Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Pengambilan Keputusan.....	24
2.1.4.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	Error! Bookmark not defined.



2.1.4.2	Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	27
2.1.4.3	Indikator Pengambilan Keputusan	28
2.1.4.4	Dimensi Pengambilan Keputusan.....	29
2.1.4.5	Peran Pengambilan Keputusan	29
2.1.5	Pengaruh Antar Variabel.....	30
2.1.5.1	Pengaruh Harga dengan Pengambilan Keputusan.....	30
2.1.5.2	Pengaruh Merek dengan Pengambilan Keputusan	30
2.1.5.3	Pengaruh Kualitas Produk dengan Pengambilan Keputusan.....	30
2.2	Penelitian Terdahulu.....	30
2.2.1	Penelitian Silvia Buyung dkk	31
2.2.2	Penelitian Saputra.....	32
2.2.3	Penelitian Khakim	33
2.3	Rerangka Pemikiran	35
2.4	Kerangka Konseptual	36
2.5	Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Obyek Penelitian	38
3.2	Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	38
3.2.1	Pendekatan Penelitian	38
3.2.2	Sumber Penelitian	38
3.3	Variabel Penelitian	39
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	40
3.4.1	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.4.2	Teknik Pengukuran Data.....	42
3.5	Populasi dan Sampel	43
3.5.1	Populasi.....	43
3.5.2	Sampel.....	44
3.6	Metode dan Teknik Analisis Data	45
3.6.1	Metode yang digunakan dalam penelitian.....	45
3.6.2	Teknik Analisis Data.....	46



3.6.2.1	Uji validitas	46
3.6.2.2	Uji Reliabilitas	46
3.6.2.3	Uji Asumsi Klasik	47
3.6.2.3.1	Uji Multikolinieritas	47
3.6.2.3.2	Uji Normalitas	47
3.6.2.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda	48
3.6.2.3.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	49
3.6.2.3.5	Pengujian Hipotesis	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN	51
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	51
4.1.2	Tujuan Perusahaan Apple	53
4.1.3	Manfaat Perusahaan Apple	54
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	55
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.3	Pembahasan dan Analisa Data	56
4.3.1	Uji Validitas	56
4.3.2	Uji Reliabilitas	58
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	59
4.3.3.1	Uji Normalitas	59
4.3.3.2	Uji Multikolinearitas	61
4.3.3.3	Uji Heterokedastisitas	62
4.3.3.4	Uji Regresi Linear Berganda	63
4.3.3.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.4	Uji Hipotesis	66
4.4.1	Uji t	66
BAB V	PENUTUP	69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN





DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Iphone Secara Global Tahun 2008-2018	4
Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R^2	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolonieritas	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
Tabel 4.9 Hasil Uji t.....	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	27
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran	35
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	63
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Variabel Harga (X1).....	67
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Variabel Merek (X2)	67
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Produk (X3).....	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Hasil Rekapitulasi Kuesioner
Lampiran 3	Uji Validitas
Lampiran 4	Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Uji Multikolinearitas
Lampiran 7	Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 8	Uji Regresi Linear Berganda
Lampiran 9	Tabel r
Lampiran 10	Tabel t



ABSTRAK

Oleh :
LISA CHRISTINA

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi yang semakin maju yang dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam produk *smartphone* berupa Iphone di Indonesia khususnya Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, merek dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan konsumen di Surabaya Timur. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah seluruh warga di Surabaya Timur yang telah memiliki Iphone dan berumur 20 tahun keatas yang berjumlah 75 responden. Metode yang digunakan dari penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini diuji dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Normalitas), Uji Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi (R^2), dan Uji t. Pada Uji t didapatkan hasil penelitian variabel harga (X_1) = 3,732 > 1,99394 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen di Surabaya Timur, variabel merek (X_2) = 2,326 > 1,99394 dengan tingkat signifikan $0,015 < 0,05$ yang artinya merek berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen di Surabaya Timur, variabel kualitas produk (X_3) = 3,075 > 1,99394 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen di Surabaya Timur. Pada Uji Koefisien Determinasi (R^2) didapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,519 atau 51,9% yang artinya bahwa variabel harga (X_1), merek (X_2) dan kualitas produk (X_3) berkontribusi sedang terhadap variabel pengambilan keputusan (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa haraga, merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen di Surabaya Timur.

Kata kunci : Harga, Merek dan Kualitas Produk



ABSTRAC

By:

LISA CHRISTINA

This research is motivated by the development of increasingly advanced communication and information technology which is influenced by several factors in the form of Iphone smartphone products in Indonesia, especially Surabaya. This study aims to examine the effect of price, brand and product quality on consumer decision making in East Surabaya. The population and sample in this study were all residents in East Surabaya who had an Iphone and were over 20 years old, totaling 75 respondents. The method used from this study is to use a questionnaire. This research was tested using Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test (Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, and Normality Test), Multiple Linear Regression Test, Determination Coefficient (R^2), and t Test. The t-test results obtained from the price variable (X_1) = $3.732 > 1.99394$ with a significant level of $0.000 < 0.05$, which means that the price has a significant effect on consumer decision making in East Surabaya, brand variable (X_2) = $2.326 > 1.99394$ with significant level of $0.015 < 0.05$ which means that the brand has a significant effect on consumer decision making in East Surabaya, product quality variable (X_3) = $3.075 > 1.99394$ with a significant level of $0.000 < 0.05$ which means that product quality has a significant effect on consumer decision making in East Surabaya. In the Determination Coefficient Test (R^2), the Adjusted R Square value is 0.519 or 51.9%, which means that the price variable (X_1), brand (X_2) and product quality (X_3) contribute to the decision-making variable (Y). The results of this study indicate that price, brand, and product quality influence consumer decision-making in East Surabaya.

Keyword : Price, Brand and Product Quality.