



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Penelitian Pada Konsumen Produk *Smartphone* Vivo di Wilayah
Jakarta)**

SKRIPSI

MUTHIA SHAFITRI 1710111139

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Penelitian Pada Konsumen Produk *Smartphone* Vivo di Wilayah
Jakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi**

MUTHIA SHAFITRI 1710111139

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muthia Shafitri

NIM. : 1710111139

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 22 Januari 2021

Yang menyatakan,



Muthia Shafitri

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muthia Shafitri
NIM : 1710111139
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(Penelitian Pada Konsumen Produk *Smartphone* Vivo di Wilayah Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal: 22 Januari 2021

Yang menyatakan,



Muthia Shafitri

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Penelitian Pada Konsumen Produk *Smartphone* Vivo di Wilayah Jakarta)

Dipersiapkan dan disusun oleh
MUTHIA SHAFITRI 1710111139

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 4 Februari 2021 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani.,SE., MM
Ketua Penguji



Dra. Pusporini.,MM
Penguji I



Lina Ariani., SE., MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan



Wahyudi, SE., MM
Ketua Progam Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 04 Februari 2021

***Influence Of Product Quality, Price, And Promotion On Customers
Buying Interest***

***(Research On Vivo Smartphone Product Consumers In The Jakarta
Area)***

By Muthia Shafitri

Abstract

This research is a quantitative study which aims to determine the effect of product quality, price, and promotion on consumer buying interest in Vivo smartphones in the Jakarta area. The population of this study is the consumers of Vivo smartphone products in the Jakarta area. The sampling technique used was probability sampling with the type of simple random sampling. Data obtained through distributing questionnaires to 109 respondents. The analytical tools used are descriptive statistics and multiple linear regression analysis processed using SPSS. The results showed that product quality did not partially influence buying interest in Vivo smartphones, this was evidenced by a significance value of $0.858 > 0.05$. Price has a partial effect on purchase intention on Vivo smartphones with a significance value of $0.025 < 0.05$. Promotion has a partial effect on buying interest on Vivo smartphones with a significance value of $0.011 < 0.05$. Simultaneously, product quality, price, and promotion have an effect on purchase intention on Vivo smartphones with a significance value of $0.001 < 0.05$.

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion, Purchase Interest.*

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen

(Penelitian Pada Konsumen Produk Smartphone Vivo di Wilayah Jakarta)

Oleh Muthia Shafitri

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap minat beli konsumen pada *smartphone* Vivo di Wilayah Jakarta. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen produk *smartphone* Vivo di wilayah Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 109 responden. Alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada *smartphone* Vivo, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,858 > 0,05$. Harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada *smartphone* Vivo dengan nilai signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$. Promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada *smartphone* Vivo dengan nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$. Secara simultan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap minat beli pada *smartphone* Vivo dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Minat Beli



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Hari ini Kamis, tanggal 4 Februari 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Muthia Shafitri

NIM : 1710111139

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN

(Penelitian Pada Konsumen Produk Smartphone Vivo di Wilayah Jakarta)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Tim Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani.,SE,MM	Ketua	1. 
2	Dra. Pusporini.,MM	Anggota I	2. 
3	Lina Aryani.,SE.,MM	Anggota II **)	3. 

Jakarta, 09 Februari 2021

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kaprodi. Manajemen Program Sarjana



Wahyudi.,SE.,MM

PRAKATA

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan usulan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Penelitian Pada Konsumen Produk Smartphone Vivo di Wilayah Jakarta)”** ini dapat diselesaikan. Dalam proses penyusunan usulan penelitian skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Ibu Lina Ariani, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan bapak Drs. Nobelson, M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penyusunan usulan penelitian skripsi ini berjalan dengan baik. Terima kasih kepada segenap dosen dan karyawan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan yang sangat berguna. Tidak lupa juga kepada kedua orang tua serta keluarga tercinta yang tidak pernah berhenti memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil. Terakhir, Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada sahabat dan teman-teman khususnya sekarep, gunggalegung, dan teman-teman S1 Manajemen Angkatan 2017 yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini baik dalam doa maupun dorongan semangat. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Namun demikian, merupakan harapan besar bagi penulis bila skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menjadi satu karya yang bermanfaat.

25 Januari 2021

Muthia Shafitri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Landasan Teori.....	7
II.1.1 Pemasaran	7
II.1.2 Bauran Pemasaran.....	8
II.1.3 Perilaku Konsumen.....	9
II.1.4 Minat Beli	11
II.1.5 Kualitas Produk.....	13
II.1.6 Harga.....	17
II.1.7 Promosi	21
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	25
II.3 Model Penelitian	32
II.4 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
III.1.1 Definisi Operasional.....	33
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	33
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	34

III.2.1 Populasi.....	34
III.2.2 Sampel.....	35
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
III.3.1 Jenis Data.....	35
III.3.2 Sumber Data.....	36
III.3.4 Pengumpulan Data.....	36
III.4 Teknik Analisis Data.....	37
III.4.1 Analisis Data.....	37
III.4.1 Uji Instrumen.....	39
III.4.2 Alat Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
IV.1.1 Deskripsi Perusahaan.....	43
IV.1.2 Karakteristik Responden.....	44
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	46
IV.2.1 Statistik Deskriptif.....	47
IV.2.2 Uji Validitas.....	48
IV.2.3 Uji Reabilitas.....	50
IV.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	52
IV.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
IV.3.2 Uji t.....	54
IV.3.3 Uji F.....	55
IV.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
IV.4 Pembahasan.....	57
IV.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	57
IV.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	58
IV.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	59
IV.4.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Pembeli.....	60
IV.5 Keterbatasan Penelitian.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
V.1 Kesimpulan.....	62
V.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	25
Tabel 2. Pengukuran Variabel	34
Tabel 3. Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Kuesioner.....	37
Tabel 5. Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	48
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	49
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	49
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	50
Tabel 10. Hasil Uji Reabilitas.....	50
Tabel 11. Hasil Uji <i>Kolmogoriv-Smirnov</i>	51
Tabel 12. Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 13. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 14. Hasil Uji t	54
Tabel 15. Hasil Uji F	56
Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020.....	1
Gambar 2. Data Pengguna Ponsel Pintar di Indonesia dan Prediksi hingga Tahun 2025	2
Gambar 3. Data Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> di Indonesia berdasarkan Penjualan pada Kuartal II tahun 2019-2020.	3
Gambar 4. Model Penelitian.....	32
Gambar 5. Logo Vivo.....	44
Gambar 6. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	45
Gambar 7. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	45
Gambar 8. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan Perbulan	46
Gambar 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Kuesioner 109 Responden
- Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Hasil Output SPSS
- Lampiran 5. Hasil Turnitin