

**ANALISA PERBANDINGAN PENGARUH HARGA, MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HANDPHONE
SAMSUNG DAN SONY XPERIA**

(Studi kasus pada konsumen desa Slamabur kecamatan Geger kabupaten Madiun)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Gusnaim Ahlaquth Thohiroh

N I M : 12412809

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2016

**ANALISA PERBANDINGAN PENGARUH HARGA, MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HANDPHONE
SAMSUNG DAN SONY XPERIA**

(Studi kasus pada konsumen desa Slamabur kecamatan Geger kabupaten Madiun)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Gusnaim Ahlaquth Thohiroh

N I M : 12412809

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Perbandingan Pengaruh Harga Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung dan Sony Xperia. (Studi kasus pada konsumen Desa Slambur Kecamatan Geger Kabupaten Madiun)

Nama : Gusnaim Ahlaquth Thohiroh

NIM : 12412809

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
Diuji guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, September 2016

Pembimbing I

(Titi Rapini, SE, MM)
NIK. 19630505 199001 11

Pembimbing II

(Siti Chamidah, SE, MM)
NIK. 1971051920140111

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

(Titi Rapini, SE, MM)
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji

(Titi Rapini, SE, MM)
Nik. 19630505 1990032 03

(Naning Kristyana, SE, MM)
Nik. 1975092120030914

(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
Nik. 19760508 200501 11

ABSTRAK

Analisis Perbandingan Pengaruh Harga, Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung dan Sony Xperia

(Studi kasus di Desa Slambur Kecamatan Geger Kabupaten Madiun)

GUSNAIM AHLAQUTH THOHIROH 2016

Penelitian ini di latar belakang oleh seiring berkembang teknologi yang semakin canggih dunia ilmu pengetahuan dan teknologi, bidang telekomunikasi juga mengalami kemajuan yang cukup pesat dengan teknologi canggih yang telah di tanamkan pada handphone, Dan ditambah untuk saat ini internet kian mudah di akses karena faktor internet itulah banyak produsen handphonestaling berlomba lomba untuk menjadi produsen yang unggul dalm penyediaan kebutuhan komunikasi. Untuk menghadapi persaingan pemasaran yang semakin tajam kini mulai bermunculan Handphone canggih, namun kini hampir semua perangkat handphone menawarkan fitur yang canggih untuk menunjang kebutuhan penggunanya. Secara umum sebuah Smartphone biasanya memiliki fitur yang canggih, dan sudah di bekali dengan sistem operasi seperti android, windwos phone ataupun ios. Untuk mencapai tujuan dilakukan penelitian mengambil sampel sebanyak 38 pengguna Samsung dan 38 pengguna Sony Xperia. Model analisis yang digunakan adalah model Analisis regresi liner berganda yang kemudian dibandingkan dari hasil perolehan regresi antara handphone Samsung dan Sony Xperia, yang dibantu dengan program SPSS for 16,0.

Hasil penelitian yang dilakukan pada handphone Samsung dan Sony Xperia menunjukkan hasil pengaruh Harga Samsung -0,593 dan Sony Xperia 0.464. Pengaruh Merek pada Samsung 0,119 dan Sony Xperia 0,063. Pengaruh Promosi pada Samsung 0,537 dan Pengaruh Sony Xperia -0.049. Hasil di atas menunjukkan perbedaan yang mencolok yang dapat dibandingkan kekuatan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Dan dapat kita simpulkan bahwa Merek berpengaruh baik pada handphone Samsung dan Sony Xperia walaupun dengan pengaruh yang berbeda dari tiap variabelnya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin,

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-nya skripsi ini akhirnya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Perbandingan Pengaruh Harga Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung dan Sony Xperia. (Studi kasus pada konsumen Desa Slambur Kecamatan Geger Kabupaten Madiun)”** dengan baik. Sholawat serta salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini disusun guna memenuhi tugas dan melengkapi sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi pada Progam Studi Manajemen.

Banyak hambatan yang ditemui dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, namun berkat bantuan dari berbagai pihak kesulitan-kesulitan yang timbul, tersebut dapat teratasi. Untuk itu atas segala bentuk bantuannya saya ucapkan terima kasih. Suatu kebanggaan dan kebahagiaan bagi penulis atas terselesainya penulisan tugas akhir akademik ini. Oleh karenanya, kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. H. Sulton.,M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini., SE.,MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Ibu Dra Umi Farida, MM selaku ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah menyetujui tema sehingga saya bisa menyusun skripsi.

4. Bapak Titi Rapini, SE, MM, selaku pembimbing I yang telah memberikan masukan, pengarahan, bimbingan dan dorongan, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Siti Chamidah, SE, MM, selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan, pengarahan, bimbingan dan dorongan, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran TU Fakultas Ekonomi
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, yang telah mengajar saya
8. Pengguna Handphone Samsung dan Sony Xperia yang telah berkenan mengisi kuisioner penelitian, sehingga data bisa terkumpul.
9. Terima kasih kepada kedua orang tua saya yang gak berhenti-hentinya selalu mendoakan saya.
10. Terima kasih Hardoyo yang telah mengajari SPSS
11. Terima kasih kepada teman Manajemen A
12. Terima kasih kepada semua pihak yang gak bisa dijelaskan peneliti satu persatu.
13. Terima kasih kepada teman-teman dekat, sahabat yang gak bisa saya jelaskan satu persatu, yang selama ini ngasih semangat dorongan untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini (skripsi).

Peneliti dalam penyusunan skripsi ini menyadari adanya kekurangan, maka dari pada itu peneliti mengharapkan saran serta kritik dari pihak lain yang bisa membangun, selalu peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. peneliti juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan para pembaca umumnya serta bagi perkembangan ilmu pengetahuan.



Ponorogo, September 2016

Gusnaim Ahlaquth Thohiroh

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 10 September 2016



GUSNAIM AHLAQUTH. T
NIM. 12412809

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanya sekali. Ingat hanya kepada Allah apapun dan dimanapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon”

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.

“Tiada doa yang lebih indah selain agar skripsi ini sepat selesai”

“Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima, orangtua, pun bahagia”

ALMAMATERKU TERCINTA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH

PONOROGO TEMPAT AKU MENIMBA ILMU

2016

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	ii
Pertanyaan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian	iii
Motto	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.2.1. Batasan Masalah.....	4
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	5

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1.	landasan teori	7
2.1.1.	Pemasaran.....	7
2.1.2.	Pengertian Marketing Mix	10
2.1.3.	Harga	13
2.1.4.	Merek	15
2.1.5.	Promosi.....	17
2.1.6.	Keputusan Pembelian.....	20
2.1.6.1.	Peranan Kosumen Dalam Keputusan Pembelian	21
2.1.6.2.	Tahap tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.	24
2.2.	Tinjauan Terdahulu	28
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	30
2.4.	Hipotesis.....	31
BAB III. METODE PENELITIAN		
3.1.	Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.2.	Populasi dan Sempel	32
3.2.1.	Populasi	32
3.2.2.	Sampel.....	32
3.3.	Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1.	Jenis Data	35

3.3.2. Data dan Sumber Data.....	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5. Devinisi Operasinal Variabel.....	39
3.6 Metode Analisis Data.....	41
3.6.1 Uji Instrumen.....	41
3.6.1.1 Uji Validitas.....	41
3.6.1.2. Uji Reabilitas.....	42
3.6.2 Analisi Regresi Linier Berganda.....	42
3.6.3 Analisis Koefisien Diterminasi (R^2).....	44
3.6.4 Uji Hipotesis.....	45
3.6.4.1 Uji F (Uji Serempak).....	45
3.6.4.2 Uji T (Uji Persial).....	45
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Handphone.....	46
4.1.1. Gambaran Hadphone Samsung.....	46
4.1.2. Gambaran Umum Handphone Sony Xperia.....	49
4.2. Profil Responden.....	62
4.2.1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.2.1.1 Data Responden Samsung.....	63

4.2.1.2 Data Responden Sony Xperia	64
4.2.2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan	64
4.2.2.1 Handphone Samsung.....	64
4.2.2.2 Handphone Sony Xperia	66
4.2.3. Responden Berdasarkan Usia Pemakai Handphone.....	67
4.2.3.1 Usia Pemakai Handphone Samsung.....	67
4.2.3.2 Usia Pemakai Handphone Sony Xperia.	68
4.3. Diskripsi Variabel Penelitian	69
4.3.1 Diskripsi Variabel Harga Samsung	70
4.3.2 Diskripsi Variabel Harga Sony Xperia.....	71
4.3.3 Diskripsi Variabel Merek Samsung	73
4.3.4 Diskripsi Variabel Merek Sony Xperia.....	74
4.3.5 Diskripsi Variabel Promosi Samsung	76
4.3.6 Diskripsi Variabel Promosi Sony Xperia	77
4.3.7 Proses Keputusan Pembelian Samsung.....	81
4.3.8 Proses Keputusan Pembelian Sony Xperia	82
4.4. Hasil Analisis Data.....	83
4.4.1 Uji Instrumen.....	83

4.4.1.1 Uji Validitas	83
4.4.1.2 Uji Realibilitas.....	86
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	88
4.6 Analisis Koefisien Diterminasi (R^2).....	92
4.7 Uji Hipotesa	94
4.7.1 Uji t (Uji Persial)	94
4.7.2 Uji F (Uji Serempak)	102
4.8 Pembahasan Umum.....	105
4.8.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung dibandingkan Sony Xperia	106
4.8.2. Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung dibandingkan Sony Xperia	108
4.8.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung dibandingkan Sony Xperia.....	109
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	111
5.1.1. Uji Regresi Linier Berganda	111
5.1.2. Uji Determinasi R^2	113
5.1.3. Uji t Samsung.....	114

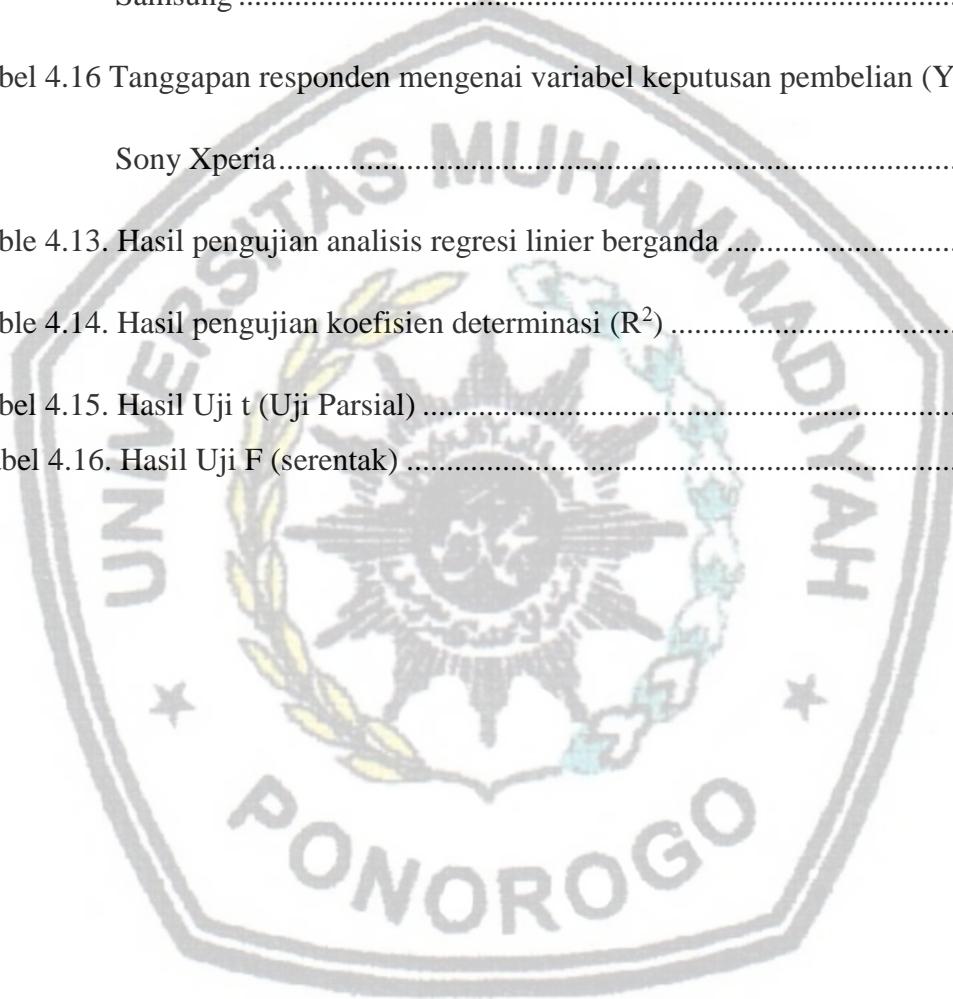
5.1.4. Uji t Sony Xperia.....	114
5.1.5. Uji F Samsung.....	114
5.1.6. Uji F Sony Xperia	115
5.2. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Terdahulu	28
Tabel 4.1. Diskripsi responden handphone Samsung jenis kelamin.....	63
Tabel 4.2. Diskripsi responden handphone Sony Xperia jenis kelamin	64
Tabel 4.3. Responden berdasarkan berapa lama menggunakan handphone Samsung	65
Table 4.4. Responden berdasarkan berapa lama menggunakan handphone Sony Xperia.....	66
Table 4.5. Responden berdasarkan usia pemakai handphone Samsung	67
Table 4.6. Responden berdasarkan usia pemakai handphone Sony Xperia.....	68
Table 4.7. Tanggapan responden mengenai variabel harga (X1) Samsung.....	70
Tabel 4.8. Tanggapan responden mengenai variabel harga (X1) Sony Xperia	71
Table 4.9. Tanggapan responden mengenai variabel merek (X2) Samsung.....	73
Table 4.10. Tanggapan responden mengenai variabel merek (X2) Samsung.....	74
Table 4.11. Tanggapan responden mengenai variabel promosi (X3) Samsung.....	76
Table 4.12. Tanggapan responden mengenai variabel promosi (X3) Sony Xperia	77

Table 4.13. Rata rata variabel (X) handphone Samsung.....	79
Table 4.14. Rata rata variabel (X) handphone Sony Xperia	80
Tabel 4.15. Tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian (Y)	
Samsung	81
Tabel 4.16 Tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian (Y)	
Sony Xperia.....	82
Table 4.13. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda	101
Table 4.14. Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2)	104
Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial)	106
Tabel 4.16. Hasil Uji F (serentak)	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan	25
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 4.1. Kurva t hitung variabel Harga Samsung	96
Gambar 4.2. Kurva t hitung variabel Merek Samsung.....	97
Gambar 4.3. kurva Uji t Variabel Promosi Samsung.....	98
Gambar 4.4. kurva Uji t Variabel Harga Sony Xperia.....	99
Gambar 4.5. Kurva Uji t Variabel Merek Sony Xperia	101
Gambar 4.6. Kurva Uji t Variabel Promosi Sony Xperia	102
Gambar 4.7. Kurva Uji F (uji serempak) Samsung.....	103
Gambar 4.8 Kurva Uji(uji serempak) Sony Xperia	105
DAFTAR LAMPIRAN.....