

**PENGARUH FITUR PRODUK, DESAIN PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MERK OPPO
TYPE F5 PRO**

**(Study Kasus Pada Cabang Imago Madiun Jalan Dr. Soetomo No.96
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 : Denty Viana Putri

N I M : 14413361

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

**PENGARUH FITUR PRODUK, DESAIN PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MERK OPPO
TYPE F5 PRO**

**(Study Kasus Pada Cabang Imago Madiun Jalan Dr. Soetomo No.96
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 : Denty Viana Putri

N I M : 14413361

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Oppo Type F5 Pro (Study Kasus pada Cabang Imago Madiun Jalan Dr.Soetomo No.96 Madiun)


Nama : Denty Viana Putri

N I M : 14413361

Program Studi : Manajemen


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

Pembimbing I


(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN. 0710016101

Ponorogo, 13 Agustus 2018

Pembimbing II


(Dra. Ec. Purwanto, MM)
NIDN. 0702105301

Mengetahui


Dekan Fakultas Ekonomi
(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji :


(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN. 0710016101


(Titi Rapini, SE, MM)
NIDN. 0005056301


(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
NIDN. 0008057601

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel fitur produk, desain produk dan promosi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian handphone Oppo F5 Pro di Imago Madiun. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh yaitu menggunakan semua anggota populasi sebanyak 40 orang. Metode analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel fitur produk, desain produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila fitur produk, desain produk dan promosi mempunyai kualitas yang baik maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan juga. Variabel promosi memiliki pengaruh yang lebih besar daripada variabel yang lainnya, sehingga Imago Madiun diharapkan dapat meningkatkan promosi dengan cara memberikan potongan harga untuk setiap pembelian handphone Oppo F5 Pro, memberikan diskon seperti tambahan aksesoris untuk menarik konsumen.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan lancar yang berjudul "PENGARUH FITUR PRODUK, DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MERK OPPO TYPE F5 PRO (Study Kasus pada Cabang Imago Madiun Jalan Dr.Soetomo No.96 Madiun)". Skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian studi program sarjana S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Peneliti menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku Kaprodi Manajemen dan dosen pembimbing I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, atas segala arahan, bimbingan dan nasehatnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.

3. Bapak Drs. Ec. Purwanto, MM selaku dosen pembimbing II atas segala arahan, bimbingan, motivasi dan nasehatnya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama peneliti duduk dibangku kuliah.
5. Kedua orang tua (Bapak Ruslan dan Ibu Murwani) terima kasih atas Do'a dan dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Robby Krisdiantoro selaku pemilik toko Imago Madiun yang telah memberikan izin penelitian dan berbagi informasi yang membantu kelancaran penelitian ini.
7. Terima kasih kepada Siti Marwah, kakak ku Linda Yunita Atmana Sari, Ika Syaroh dan Arlinda Mayasari yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada teman wira-wiri Anisya Nur'Aini dan Anindi Widya Putri yang sudah memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman angkatan 2014 khususnya kelas Manajemen A yang tidak peneliti sebut satu persatu, terima kasih atas kebersamaan dan dukungan yang sudah diberikan.
10. Semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung yang peneliti tidak bisa sebutkan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian, keterbatasan waktu, kemampuan dan

pengetahuan yang dimiliki peneliti, oleh karena itu peneliti mohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam skripsi ini, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan demi sempurnanya skripsi ini. harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, amin



**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 di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 7 Agustus 2018

Peneliti



(Dentv Viana Putri)
NIM. 14413361

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9

2.1.1.1 Definisi Pemasaran.....	9
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1.3 Konsep Pemasaran.....	10
2.1.1.4 Definisi Bauran Pemasaran.....	10
2.1.1 Atribut Produk dan Jasa.....	12
2.1.2.1 Definisi Atribut Produk dan Jasa.....	12
2.1.3 Fitur Produk.....	13
2.1.3.1 Definisi Fitur Produk.....	13
2.1.3.2 Indikator Fitur Produk.....	14
2.1.4 Desain Produk.....	15
2.1.4.1 Definisi Desain Produk.....	15
2.1.4.2 Indikator Desain Produk.....	16
2.1.5 Promosi.....	17
2.1.5.1 Definisi Promosi.....	17
2.1.5.2 Indikator Promosi.....	18
2.1.5.3 Tujuan Promosi.....	19
2.1.5.4 Bauran Promosi.....	20
2.1.5.5 Faktor Mempengaruhi Pelaksanaan Promosi.....	22
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.6.1 Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	28
2.1.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.1.7.2 Proses Keputusan Pembelian.....	28

2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Kerangka Pemikiran.....	33
2.4. Hipotesis.....	34

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	35
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.3. Jenis Data.....	36
3.4. Metode Pengambilan Data.....	37
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5.1 Variabel Independen (X).....	39
3.5.2 Variabel Dependen (Y).....	40
3.6. Metode Analisis Data.....	41
3.6.1 Uji Intrumen.....	41
3.6.1.1 Uji Validitas.....	41
3.6.1.2 Uji Realibilitas.....	41
3.6.2 Metode Analisis Berganda.....	42
3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.6.4 Uji Hipotesis.....	44
3.6.4.1 Uji t (Uji Parsial).....	44

3.6.4.2 Uji F (Uji Serempak)	45
--------------------------------	----

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.1 Sejarah OPPO	47
4.1.2 Sejarah Imago Madiun	47
4.1.3 Struktur Organisasi	48
4.1.4 Gambaran Umum Variabel	49
4.1.4.1 Fitur Produk	49
4.1.4.2 Desain Produk	50
4.1.4.3 Promosi	51
4.2 Hasil Uji Instrumen	52
4.2.1 Uji Validitas	52
4.2.2 Uji Realiabilitas	53
4.3 Karakteristik Responden	54
4.3.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.3.2 Gambaran Responden Berdasarkan Daerah Asal	56
4.3.3 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	57
4.3.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan	57
4.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel	58
4.4.1 Variabel Fitur Produk	59
4.4.2 Variabel Desain Produk	60
4.4.3 Variabel Promosi	62

4.4.4 Variabel Keputusan Pembelian.....	64
4.5 Hasil Analisis Data.....	66
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
4.5.2 Koefisien Determinasi (R ²).....	68
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	70
4.6.1 Uji t (Parsial).....	70
4.6.2 Uji F (Serempak).....	72
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
4.7.1 Pengaruh Variabel Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.7.2 Pengaruh Variabel Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.7.3 Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	28
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Realibilitas.....	54
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	56
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Fitur Produk.....	59
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk.....	60
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	62
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Determinasi Model Summary.....	68
Tabel 4.13 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas

Lampiran 4. Hasil Uji Realibilitas

Lampiran 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.

