

Abstract

Nur Fitria Sonia Putri, The influence quality product against decision of purchasing blackberry mobile (Studies in Society district. Lamongan regency. Lamongan), under the guidance of Mohamad Tambrin, and Yustina Crismardani.

Each manufacturer has always sought through products derived from it can be achieved its goals and objectives. The product's result can be sold or bought by the final consumer. Through a product that can be sold, the company can guarantee the life or preserve the stability of their business and grow. In order here every manufacturer should think about its product marketing activities, long before the product is produced until the product is consumed by the final consumer

The purpose of this study to determine the variables in Quality Products that include performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, fit and finish.

This research is a quantitative research approach 97 consumer survey sample size. independent variable in this study consisted of performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, fit and finish, while the dependent variable is the consumer purchase decision. Sample research method used was non-probability sampling. For testing using the test instrument validity, reliability and test Classical Assumption. Data analysis methods used to test the hypothesis is using multiple linear regression using F test and T.

The results showed that the variables adjusted R Square as much as Adjusted R Square of figures show that 67.5% of the variation can be explained by a purchasing decision to eight independent variables in a multiple linear regression equation. While the remaining 32.5% is explained by other variables outside the eight variables used in this study. Based on F test product quality variables consisting of performance (X1), features (X2), reliability (X3), durability (X5), the fit and finish (X8) simultaneously having an effect significantly on purchasing decisions on public mobile blackberry Lamongan District of lamongan. Based on t test conformance known that variable (X4), serviceability (X6) and easthetics (X7) has no effect on the purchase decision, while variable reliability (X3) greater influence on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality and Purchasing Decisions

Abstrak

Nur Fitria Sonia Putri, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Pada Masyarakat Kec. Lamongan Kab. Lamongan), dibawah bimbingan Mohamad Tambrin, dan Yustina Crismardani.

Setiap produsen selalu berusaha melalui produk yang dihasilkannya dapatlah tujuan dan sasaran perusahaannya tercapai. Produk yang dihasilkannya dapat terjual atau dibeli oleh konsumen akhir. Melalui produk yang dapat dijualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya atau menjaga kestabilan usahanya dan berkembang. Dalam rangka inilah setiap produsen harus memikirkan kegiatan pemasaran produknya, jauh sebelum produk ini dihasilkan sampai produk tersebut dikonsumsi oleh si konsumen akhir

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui variabel-variabel dalam Kualitas Produk yang meliputi *performance*, *features*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, *fit and finish*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey jumlah sampel 97 konsumen. pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *performance*, *features*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, *fit and finish*, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Untuk pengujian instrumen menggunakan uji Validitas, Reliabilitas dan uji Asumsi Klasik. Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan uji F dan uji T.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai adjusted R Square sebesar Angka Adjusted R Square menunjukkan bahwa 67,5% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ke delapan variabel independen dalam persamaan regresi linier berganda. Sedangkan sisanya sebesar 32,5% dijelaskan oleh variabel lain luar delapan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan uji F variabel Kualitas Produk yang terdiri dari *performance* (X1), *features* (X2), *reliability* (X3), *durability* (X5), *fit and finish* (X8) secara simultan berpegaruh signifikan terhadap keputusan pembelian handphone blackberry pada masyarakat Kecamatan Lamongan Kab. Lamongan. Berdasarkan uji t diketahui bahwa variabel *conformance* (X4), *serviceability* (X6) dan *aesthetics* (X7) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel *reliability* (X3) berpengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi.....	i
Lembar Pengesahan Skripsi.....	ii
Surat Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Riwayat Hidup.....	v
Motto.....	vi
Persembahan.....	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xiv
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Lampiran.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	7
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	9

2.1.4	Bauran Pemasaran.....	10
2.2	Kualitas Produk.....	11
2.2.1	Pengertian Produk.....	11
2.2.2	Atribut Produk.....	12
2.2.3	Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.2.4	Dimensi Kualitas Produk.....	13
2.3	Perilaku Konsumen.....	15
2.3.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2.3.2	Jenis Perilaku Konsumen.....	16
2.4	Keputusan Pembelian.....	17
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.4.2	Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.5	Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..	19
2.6	Penelitian Terdahulu.....	20
2.7	Kerangka Konseptual.....	32
2.8	Hipotesis.....	33
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1	Lokasi Penelitian.....	34
3.1.1	Pendekatan Penelitian.....	34
3.2	Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.2.1	Populasi Penelitian.....	34
3.2.2	Sampel Penelitian.....	35
3.3	Identifikasi Variabel.....	37

3.4	Definisi Oprasional Variabel.....	38
3.5	Sumber Data.....	45
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.7	Teknik Analisis.....	47
3.8	Metode Analisis Data.....	47
3.8.1	Analisis Kuantitatif.....	47
3.8.2	Uji Reliabilitas Data.....	48
3.8.3	Uji Validitas Data.....	49
3.9	Model Dan Teknik Analisis Data.....	49
3.9.1	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.9.1.1	Uji Multikolineritas.....	49
3.9.1.2	Uji Autokorelasi.....	50
3.9.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.9.1.4	Uji Normalitas.....	52
3.9.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	53
3.9.4	Pengujian Hipotesis.....	54
3.9.4.1	Uji Signifikan Simultan (F).....	54
3.9.4.2	Uji Signifikan Parameter Individual (T).....	55
BAB IV Hasil dan Pembahasan.....		57
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.2	Gambaran Umum Responden.....	60
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	62
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	63
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Pembelian.....	64
4.3	Deskripsi Variabel.....	65
4.3.1	Deskripsi Variabel Performance.....	65
4.3.2	Deskripsi Variabel Features.....	66
4.3.3	Deskripsi Variabel Reliability.....	67
4.3.4	Deskripsi Variabel Conformance.....	69
4.3.5	Deskripsi Variabel Durability.....	70
4.3.6	Deskripsi Variabel Serviceability.....	71
4.3.7	Deskripsi Variabel Easthetics.....	73
4.3.8	Deskripsi Variabel Fit and Finish.....	74
4.3.9	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	75
4.4	Hasil Uji Instrumen.....	77
4.4.1	Validitas dan Reliabilitas.....	77
4.4.1.1	Uji Validitas.....	77
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	79
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	80
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	80
4.4.2.2	Uji Multikolonieritas.....	82
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	83
4.4.2.4	Autokorelasi.....	84

4.5	Hasil Analisis Data.....	86
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
4.5.2	Pengujian Hipotesis.....	89
4.5.2.1	Koefisien Determinasi Berganda.....	89
4.5.2.2	Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan).....	90
4.5.2.3	Uji t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial).....	91
4.6	Pembahasan.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		98
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....		101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Volume Penjualan Handphone Blackberry tahun 2009-2012.....	3
Tabel 2.2 Persamaan Dan Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Sekarang.....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	63
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Pembelian.....	64
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Performance (x1).....	65
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Features (x2).....	66
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Reliability (x3).....	68
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Conformance (x4).....	69
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Durability (x5).....	70
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Serviceability (x6).....	72
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Easthetic (x7).....	73
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Fit and Finish (x8).....	74
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	76
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas.....	78
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	80
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	82
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi Berganda.....	89

Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	91
Tabel 4.21 Hasil Uji t.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	68
Gambar Heterokesdatisitas.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	: KUESIONER PENELITIAN
	: TABULASI DATA
	: UJI VALIDITAS
	: UJI RELIABILITAS
	: UJI ASUMSI KLASIK
	: ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA