

**PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI
DI KECAMATAN BALARAJA
KABUPATEN TANGERANG
PROVINSI BANTEN**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh

Nama : MUHAMAD KODIR
NIM : 1816120114
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
PUTRA PERDANA INDONESIA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TANGERANG
2022**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan di Bawah Ini :

Nama : **MUHAMAD KODIR**
Nim : 1816120114
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di
Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang
Provinsi Banten.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia dan Undang – undang Pendidikan Republik Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Tangerang, 22 Oktober 2022



MUHAMAD KODIR

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MUHAMAD KODIR
NIM : 1816120114
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : STRATA SATU (S 1)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten.

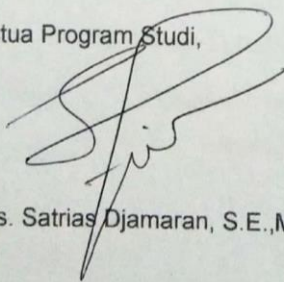
Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing Skripsi guna melengkapi salah persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Tangerang, 22 Oktober 2022

Disetujui Oleh:

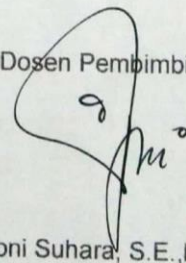
Ketua Program Studi,

Drs. Satrias Djamaran, S.E.,M.M



Dosen Pembimbing,

Toni Suhara, S.E.,M.M



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MUHAMAD KODIR
NIM : 1816120114
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : STRATA SATU (S 1)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Iklan dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di
Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang
Provinsi Banten.

Telah di Ujikan dan dinyatakan lulus pada tanggal 27 Oktober 2022 oleh Tim Penguji Skripsi dan guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Pembimbing,

Toni Suhara, S.E.,M.M

Tim Penguji :

Ketua : Dr. Dede Nuary Sukmayuda, M.M

Anggota : 1. Ischak L. Tobing, M.Si

2. Toni Suhara, S.E.,M.M

Disahkan pada Tanggal 27 Oktober 2022

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PPI



Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M

ABSTRAKSI

MUHAMAD KODIR, 1816120114

PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI KECAMATAN BALARAJA KABUPATEN TANGERANG PROVINSI BANTEN.

Skripsi : Jurusan Manajemen, 2022

Kata Kunci : Iklan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian
(xiii+93+lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui Pengaruh Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. Jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan kriteria yang telah ditentukan. Pada penelitian ini analisis data menggunakan bantuan SPSS versi 23. Adapun teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi (R^2), uji regresi berganda, dan uji hipotesis (Uji t dan F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji t parsial untuk variabel iklan (X1) diperoleh t hitung = 3.771 > t tabel 1.660. Maka H_0 = Ditolak dan H_a = Diterima. Jadi terdapat pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian terhadap pembelian smartphone xiaomi, Persentase iklan terhadap keputusan pembelian sebesar 31.1% dilihat dari standardized coefficients. serta hasil uji parsial untuk variabel kualitas produk (X2) diperoleh t hitung = 5.680 > t tabel 1.660. Maka H_0 = Ditolak dan H_a = Diterima. Jadi terdapat pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian pada pembelian smartphone xiaomi. Persentase kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 46.9% dilihat dari standardized coefficients.. Untuk hasil uji F untuk variabel iklan (X1) dan kualitas produk (X2) diperoleh F hitung = 35.009 > F tabel = 3.09. Maka H_0 = Ditolak dan H_a = Diterima. Jadi terdapat pengaruh iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada smartphone xiaomi. Persentase pengaruh iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 40.7% sedangkan sisanya 59.3% dipengaruhi oleh faktor lain.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Alhamdulillah Segala Puji dan Syukur Penulis Panjatkan kepada Allah SWT, atas Segala Petunjuk dan ridanya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagaimana yang di harapkan. Adapun Judul Skripsi ini adalah “Pengaruh Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mampu diselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuannya, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI) Tangerang.
2. Bapak Drs. Satrias Djamaran, S.E.,M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PPI Tangerang.
3. Bapak Toni Suhara, S.E.,M.M Selaku Pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
4. Segenap Dosen STEI PPI yang telah memberikan pembelaran selama mengikuti perkuliahan di STIE PPI.

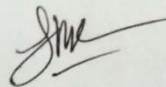
5. Seluruh staff STIE PPI yang telah memberikan pelayanan dalam menunjang proses pembelajaran di STIE PPI.
6. Untuk Ibu Enden Juhani dan Bapak Junaedi selaku kedua orang tua penulis yang senantiasa selalu mendoakan, memotivasi, membimbing serta mendukung dan memberikan cinta kasih yang tiada habisnya kepada penulis.
7. Untuk Keluarga Penulis Adik, Kakak, yang Selalu memberikan semangat kepada penulis.
8. Untuk Inah Sebagai istri penulis yang Selalu memberikan dukungan penuh terhadap penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
9. Untuk Muhamad Noor Syaiful Istiqom Yang sudah memberikan dukungan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai.
10. Untuk Tarsisius Supardi Yang sudah memberikan dukungan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai.
11. Untuk Tita Yang sudah memberikan dukungan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai.
12. Untuk Ahmad Rifa'i Yang sudah memberikan dukungan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai.

13. Untuk Teman dan Sahabat Penulis Serta Angkatan 2018 yang selalu bersama dalam Proses Perkuliahan.
14. Semua Pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang turut memberikan dukungan dan doa dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya Penulis Panjatkan Doa agar Seluruh Pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dapat senantiasa diberikan kesehatan selalu, semoga atas bantuan yang telah di berikan mendapatkan imbalan pahala dari ALLAH SWT. Dan Semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun penulis berikutnya serta untuk para pembaca yang akan datang, Sekali lagi penulis Ucapkan Banyak Terima Kasih.

Tangerang , 22 Oktober 2022

Penulis,



MUHAMAD KODIR

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Persetujuan Skripsi.....	iii
Halaman Tanda Lulus Ujian Skripsi.....	iv
Abstraksi.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Iklan.....	9
B. Kualitas Produk.....	17
C. Keputusan Pembelian.....	23
D. Kerangka Berpikir.....	31
E. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Jenis Dan Sumber Data.....	35
C. Metode Pengumpulan Data.....	36
D. Populasi Dan Sampel.....	38
E. Variabel Penelitian.....	41
F. Definisi Operasional Varibel Penelitian.....	42
G. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Sejarah Perusahaan.....	50
B. Deskripsi Data Penelitian.....	54
C. Deskripsi Data Variabel.....	58
D. Analisis Hasil Penelitian.....	75

E. Pembahasan	88
---------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	92
B. Saran.....	93

Daftar Pustaka
Daftar Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	37
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	43
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	57
Tabel 4.4 Pernyataan Iklan 01	59
Tabel 4.5 Pernyataan Iklan 02	59
Tabel 4.6 Pernyataan Iklan 03	60
Tabel 4.7 Pernyataan Iklan 04	60
Tabel 4.8 Pernyataan Iklan 05	61
Tabel 4.9 Pernyataan Iklan 06	61
Tabel 4.10 Pernyataan Iklan 07	62
Tabel 4.11 Pernyataan Iklan 08	62
Tabel 4.12 Pernyataan Iklan 09	63
Tabel 4.13 Pernyataan Iklan 10	63
Tabel 4.14 Pernyataan Kualitas_Produk 01.....	64
Tabel 4.15 Pernyataan Kualitas_Produk 02.....	65
Tabel 4.16 Pernyataan Kualitas_Produk.03.....	65
Tabel 4.17 Pernyataan Kualitas_Produk 04.....	66
Tabel 4.18 Pernyataan Kualitas_Produk 05.....	66
Tabel 4.19 Pernyataan Kualitas_Produk 06.....	67
Tabel 4.20 Pernyataan Kualitas_Produk 07.....	67
Tabel 4.21 Pernyataan Kualitas_Produk 08.....	68
Tabel 4.22 Pernyataan Kualitas_Produk 09.....	68
Tabel 4.23 Pernyataan Kualitas_Produk 10.....	69
Tabel 4.24 Pernyataan Keputusan_Pembelian 01.....	70
Tabel 4.25 Pernyataan Keputusan_Pembelian 02.....	70
Tabel 4.26 Pernyataan Keputusan_Pembelian 03.....	71
Tabel 4.27 Pernyataan Keputusan_Pembelian 04.....	71
Tabel 4.28 Pernyataan Keputusan_Pembelian 05.....	72
Tabel 4.29 Pernyataan Keputusan_Pembelian 06.....	73
Tabel 4.30 Pernyataan Keputusan_Pembelian 07.....	73
Tabel 4.31 Pernyataan Keputusan_Pembelian 08.....	74
Tabel 4.32 Pernyataan Keputusan_Pembelian 09.....	74
Tabel 4.33 Pernyataan Keputusan_Pembelian 10.....	75
Tabel 4.34 Validitas Iklan (X1)	76
Tabel 4.35 Validitas Kualitas Produk (X2).....	77
Tabel 4.36 Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	78
Tabel 4.37 Reliabilitas Iklan (X1)	79
Tabel 4.38 Reliabilitas Kualitas Produk (X2).....	79
Tabel 4.39 Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	80
Tabel 4.40 Uji Kolmogorov-Smirnov	82

Tabel 4.41 Interpretasi Koefisien Korelasi	83
Tabel 4.42 Uji Korelasi Parsial	83
Tabel 4.43 Uji Koefisien Determinasi X1 Dan X2 Terhadap Y	85
Tabel 4.44 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	86
Tabel 4.45 Uji Hipotesis T	87
Tabel 4.46 Uji Hipotesis F	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Smartphone Xiaomi.....	51
Gambar 4.2 Logo Perusahaan.....	53
Gambar 4.3 Struktur Organisasi	54
Gambar 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Gambar 4.7 Uji Normalitas P-P Plot.....	80
Gambar 4.8 Histogram Uji Normalitas.....	81