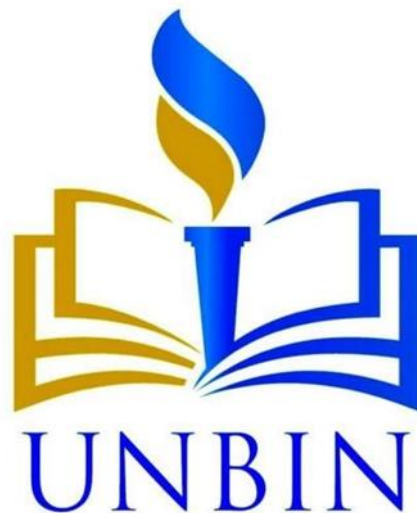


**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE*
TERHADAP *PURCHASE DECISION*
SMARTPHONE VIVO MELALUI *PURCHASE*
INTENTION SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS – TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN**



**UFI DATUL KHASANAH
NPM 19200055**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ufi Datul Khasanah
NPM : 19200055
Judul : *Pengaruh Product Quality Dan Price Terhadap Purchase Decision Smartphone Vivo Melalui Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening*

Tim Penguji
Dosen Pembimbing

Dr. Ismulyana Djan, SE., M.M.

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

Sumardjono, S.E., M.M.

Wartoyo Hadi, S.E., M.M.

Mengetahui:

Ketua Prodi

DEKAN

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M. **Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa, karena dengan izin-Nya sehingga penulisan Proposal/Skripsi dengan judul “Pengaruh *Product Quality* Dan *Price* Terhadap *Purchase Decision* Smartphone Vivo Melalui *Purchase Intention* Sebagai Variabel Intervening”. Proposal/Skripsi ini disusun Guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen Pemasaran, Program Sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan bimbingan yang diberikan. Peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE. MM. ; selaku rektor Universitas Binaniaga Indonesia dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta nasehat-nasehat dengan kesabaran saya ucapkan terimakasih.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak. selaku Wakil Rektor I dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si.,M.Kom. selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M. ; selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Ketua Program Studi Manajemen Universitas Binaniaga Indonesia.

4. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang sangat baik kepada penulis.
5. Kedua Orang Tua tercinta yang telah memberikan support sampai akhirnya ada di titik ini.
6. Kepada Siti Rubbiah Adawiyah, S.E.,MM terimakasih karena banyak membantu dan membimbing dalam proses penyusunan skripsi.
7. Rekan-rekan mahasiswa Angkatan 2020 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia atas kebersamaannya selama ini.
8. Kepada Rheno Rasya yang juga selalu support dan selalu ada untuk dimintai bantuan saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.
9. Kepada Selly Okta R, Tedi R, Mela Nurul, Eka Ayu, Siti Latifah, Riska Handayani dan Halimatu Syadiah yang telah memberikan support dan selalu ada untuk dimintai bantuan saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Penulis berharap semoga proposal/skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak terutama bagi penulis sendiri dalam rangka pengembangan Pendidikan di masa kini dan masa yang akan datang.

Bogor, April 2024

Ufidatul Khasanah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	24
C. Batasan Masalah.....	26
D. Rumusan Masalah	27
E. Tujuan Penelitian.....	27
F. Kegunaan Penelitian.....	28
G. Sistematika Penelitian	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	31
A. Kajian Teori.....	31
1. <i>Purchase Decision</i>	38
2. <i>Purchase Intention</i>	44
4. <i>Product Quality</i>	47
4. <i>Price</i>	54
B. Penelitian Terdahulu	61
C. Kerangka Pemikiran	66
D. Hipotesis Penelitian	67
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	72

A. Jenis Penelitian.....	72
B. Variabel dan Pengukuran.....	72
C. Populasi dan Sampel	80
D. Metode Pengumpulan Data	81
E. Instrumen Penelitian.....	81
F. Teknik Analisis Data	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	97
A. Sejarah Perusahaan.....	97
B. Karakteristik Responden	99
C. Screening Data	102
D. Teknik Analisis Data (n=202)	105
E. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total	169
F. Pengujian Hipotesis.....	172
G. Pembahasan.....	174
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	186
A. Kesimpulan	186
B. Saran.....	186
DAFTAR PUSTAKA.....	189
LAMPIRAN	195

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Smartphone dengan pangsa pasar tertinggi di Indonesia 2022-2023	5
Tabel 2 Daftar Harga Vivo X Series, V series dan Y series	15
Tabel 3 Perbedaan Harga Vivo, OPPO dan Samsung	15
Tabel 4 Perbedaan Spesifikasi Vivo Y21s dan Samsung Galaxy A14 LTE	17
Tabel 5 Nama-nama Brand Ambassador Smartphone Vivo	19
Tabel 6 Toko Offline Penjualan Smartphone Vivo	24
Tabel 7 Penelitian Terdahulu	61
Tabel 8 Skala Pengukuran Berdasarkan Skala Likert	74
Tabel 9 Operasional Variabel	74
Tabel 10 Interval Kelas	83
Tabel 11 <i>Godness of Fit</i>	90
Tabel 12 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	99
Tabel 13 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usia	100
Tabel 14 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	101
Tabel 15 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan	102
Tabel 16 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Product Quality</i>	105
Tabel 17 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Price</i>	106
Tabel 18 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Purchase Intention</i>	107
Tabel 19 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	108
Tabel 20 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Product Quality</i>	109
Tabel 21 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price</i>	115
Tabel 22 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i>	119
Tabel 23 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase Decision</i>	122
Tabel 24 Hasil Output Modification Indices Model_1 CFA Konstruk Eksogen <i>Product Quality</i>	127
Tabel 25 Hasil Output Model_2 CFA Konstruk Eksogen <i>Product Quality</i>	129
Tabel 26 Hasil Pengujian Model_2 CFA Konstruk Eksogen <i>Product Quality</i> ...	130
Tabel 27 Hasil Output Modification Indices Model_3 CFA Konstruk Eksogen <i>Price</i>	132

Tabel 28 Hasil Output Model_4 CFA Konstruk Eksogen <i>Price</i>	133
Tabel 29 Hasil Output Modification Indices Model_5 CFA Konstruk Eksogen Gabungan	135
Tabel 30 Hasil Output Model_6 CFA Konstruk Eksogen Gabungan.....	137
Tabel 31 Hasil Pengujian Model_6 CFA Konstruk Eksogen Gabungan.....	139
Tabel 32 Hasil Output Modification Indices Model_7 CFA Konstruk Endogen <i>Purchase Intention</i>	140
Tabel 33 Hasil Output Model_8 CFA Konstruk <i>Purchase Intention</i>	141
Tabel 34 Hasil Pengujian Model_8 CFA Konstruk Endogen <i>Purchase Intention</i>	143
Tabel 35 Hasil Output Model_9 CFA Konstruk Endogen <i>Purchase Decision</i> ...	144
Tabel 36 Hasil Output Model_10 CFA Konstruk Endogen <i>Purchase Decision</i> .	145
Tabel 37 Hasil Pengujian Model_10 CFA Konstruk <i>Purchase Decision</i>	146
Tabel 38 Hasil Output Modification Indices Full Model_1	148
Tabel 39 Hasil Output Full Model_2	151
Tabel 40 Hasil Pengujian Full Model_2.....	155
Tabel 41 Evaluasi Outlier.....	158
Tabel 42 Hasil Output Uji Normalitas	161
Tabel 43 Hasil Output dengan Prosedur Bootstrap	163
Tabel 44 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk	166
Tabel 45 Korelasi antar Konstruk dan akar Kuadrat AVE	168
Tabel 46 Hasil Output Pengaruh	169

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 10 Negara Pengguna Smartphone	3
Gambar 2 Pertumbuhan Smartphone Di Indonesia	4
Gambar 3 Merek Smartphone Paling Banyak Digunakan	6
Gambar 4 Komentar Negatif Vivo Di Instagram Dan Youtube	13
Gambar 5 Perbedaan Vivo Y21 Dan Samsung Galaxy A14 Lte	17
Gambar 6 Iklan Vivo Y28 Dan Y100	21
Gambar 7 Contoh Promosi Penjualan Vivo	22
Gambar 8 Toko Online Penjualan Vivo	23
Gambar 9 Kerangka Berfikir	66
Gambar 10 Konstruk Penelitian	84
Gambar 11 Logo Vivo	98
Gambar 12 Model_1 CFA Konstruk Eksogen <i>Product Quality</i>	126
Gambar 13 Model_2 CFA Konstruk Eksogen <i>Product Quality</i>	128
Gambar 14 Model_3 CFA Konstruk Eksogen <i>Price</i>	131
Gambar 15 Model_4 CFA Konstruk Eksogen <i>Price</i>	132
Gambar 16 Model_5 CFA Konstruk Eksogen Gabungan	135
Gambar 17 Model_6 CFA Konstruk Eksogen Gabungan	136
Gambar 18 Model_7 CFA Konstruk Eksogen <i>Purchase Intention</i>	140
Gambar 19 Model_8 CFA Konstruk Eksogen <i>Purchase Intention</i>	141
Gambar 20 Model_9 CFA Konstruk Eksogen <i>Purchase Decision</i>	143
Gambar 21 Model_10 CFA Konstruk Eksogen <i>Purchase Decision</i>	144
Gambar 22 Full Model_1	147
Gambar 23 Full Model_2	151
Gambar 24 Koefisiensi Regresi Full Model	156
Gambar 25 Gabungan Pengaruh	172

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Prasurvey.....	196
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	199
Lampiran 3 Data Penelitian.....	205
Lampiran 4 Data <i>Straighlining</i>	212
Lampiran 5 Data <i>Outlier</i> (N=221)	214
Lampiran 6 Data <i>Outlier</i> (N=212)	217
Lampiran 7 Data <i>Outlier</i> (N=206)	220
Lampiran 8 Data <i>Outlier</i> (N=203)	223
Lampiran 9 Data <i>Outlier</i> (N=202)	226