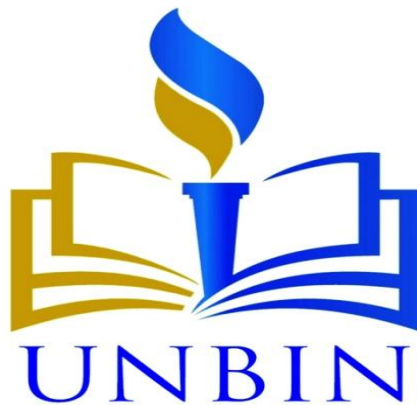


**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI
*SMARTPHONE***

SKRIPSI

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



**MARIO
NPM : S1-0219086**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA BOGOR
2023**

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

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mario

NPM : S1-0219086

**Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi
Harga Terhadap Minat Beli *Smartphone***

Tim Penguji
Dosen Pembimbing

(Mohammad Wartaka, S.Kom., M.M.)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(Sumardjono, S.E., M.M.)

(Wartoyo Hadi, S.E., M.M.)

Ketua Prodi

Mengetahui.

DEKAN

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas karunia dan anugerah-Nya yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli *Smartphone***. Penyusunan Skripsi bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen dalam program Studi Manajemen Universitas Binaniaga.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik karena dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak. selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedi Mulyadi, S.Si., M.Kom selaku Wakil Rektor II.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M. selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Bapak Mohammad Wartaka, S.Kom., M.M. selaku Dosen Pembimbing Universitas Binaniaga Indonesia.
5. Kedua orang tua yang selalu mendukung dan memberikan bantuan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk wanita terhebat kedua saya yaitu Lulu Sabrina atas dukungan dan supportnya selama penyusunan skripsi ini.

7. Bapak Agung Rudiarto selaku Kepala Cabang MNC Insurance atas izin yang diberikan dan untuk toleransi waktu kerja, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman rumah maupun kampus yang telah membantu memberikan motivasi, masukan dan saran, dan juga membantu menyebarkan kuesioner penelitian pada pengguna *smartphone* Xiaomi.
9. Rekan-rekan kerja yaitu Mas Doni, Mas Rihan, Mas Wira, Teh Rini, Mba Morina, dan Mba Restu yang telah memberikan support selama penelitian berlangsung.
10. Rekan-rekan ditempat kerja sebelumnya yaitu Kang Dani, Kang Baden, Mba Deti, Pak Bagus, Pak Agung dan terutama kepada Pak Wisynu dan Pak Mansyur selaku mantan bos dulu, tanpa mereka tidak akan memulai kuliah.
11. Para Responden pengguna *smartphone* Xiaomi yang telah berkenan membantu proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dari skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat lebih baik lagi di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan ilmu yang berarti bagi semua pihak yang membutuhkan, terutama mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.

Bogor, Desember 2023

Mario

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	20
C. Batasan Masalah	22
D. Rumusan Masalah.....	23
E. Tujuan Penelitian	23
F. Manfaat Penelitian	24
G. Sistematika Penelitian.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
A. Minat Beli	27
B. Kualitas Produk.....	36
C. Persepsi Harga	41
D. Pemasaran	45
E. Penelitian Terdahulu	50
F. Kerangka Pemikiran.....	60
G. Hipotesis Penelitian	63
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	66
A. Jenis Penelitian.....	66
B. Variabel dan Pengukurannya	66
C. Populasi dan Sampel.....	71
D. Metode Pengumpulan Data.....	74
E. Instrumen Penelitian	78
F. Teknik Analisis Data.....	80
G. Jadwal Penelitian	92
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	93

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	93
B. Profil Responden.....	121
C. Uji Kualitas Instrumen	126
D. Uji Asumsi Klasik.....	129
E. Analisis Statistik Deskriptif	134
F. Analisis Korelasi.....	142
G. Analisis Regresi Linear Berganda.....	143
H. Uji Hipotesis	144
I. Uji Koefisien Determinasi	147
J. Pembahasan.....	148
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	154
A. Kesimpulan	154
B. Saran	154
DAFTAR PUSTAKA	157

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil <i>Pra Survey</i> Kualitas Produk <i>Smartphone</i> Xiaomi	16
Tabel 2 Perbandingan Spesifikasi dan Harga <i>Smartphone</i> Indonesia Tahun 2022.....	18
Tabel 3 Hasil <i>Pra Survey</i> Persepsi Harga <i>Smartphone</i> Xiaomi	19
Tabel 4 Penelitian Terdahulu	50
Tabel 5 Operasional Variabel	69
Tabel 6 Proyeksi Jumlah Penduduk Usia 17-55 Tahun Menurut BPS Perkecamatan di Kota Bogor (Jiwa), Tahun 2022.....	73
Tabel 7 Jumlah Responden Perkecamatan Kota Bogor	74
Tabel 8 Skala Likert.....	78
Tabel 9 Skala Interval Pengukuran Skor.....	79
Tabel 10 Skala Penilaian Indikator	79
Tabel 11 Interpretasi Koefisien Korelasi	88
Tabel 12 Jadwal Penelitian	92
Tabel 13 Responden Berdasarkan Kelamin dan Merek <i>Smartphone</i> yang Dimiliki	121
Tabel 14 Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Merek <i>Smartphone</i> yang Dimiliki	122
Tabel 15 Responden Berdasarkan Penghasilan dan Merek <i>smartphone</i> yang Dimiliki	123
Tabel 16 Responden Berdasarkan Usia dan Frekuensi Mengganti <i>Smartphone</i>	124
Tabel 17 Responden Berdasarkan Merek Saat Ini dan Frekuensi Mengganti <i>Smartphone</i>	125
Tabel 18 Ringkasan Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	126
Tabel 19 Ringkasan Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1).....	127
Tabel 20 Ringkasan Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X_2).....	128
Tabel 21 Ringkasan Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y), Kualitas Produk (X_1), dan Persepsi Harga (X_2).....	129
Tabel 22 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov Test	130
Tabel 23 Hasil Uji Multikolinearitas	131
Tabel 24 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk (X_1) terhadap Minat Beli (Y).....	133
Tabel 25 Hasil Uji Linearitas Persepsi Harga (X_2) terhadap Minat Beli (Y).....	133
Tabel 26 Statistik Deskriptif	134
Tabel 27 Penilaian Indikator Variabel Minat Beli (Y).....	135
Tabel 28 Penilaian Indikator Variabel Kualitas Produk (X_1).....	137
Tabel 29 Penilaian Indikator Variabel Persepsi Harga (X_2)	140
Tabel 30 Hasil Uji Analisis Korelasi	142
Tabel 31 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	143
Tabel 32 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	145
Tabel 33 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	146
Tabel 34 Hasil Uji Koefisien Determinasi	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Persaingan Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> Global 2018-2022.....	2
Gambar 2 <i>Mobile Operating System Market Share</i> Indonesia.....	4
Gambar 3 Persaingan Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> Android di Indonesia 2018 – 2022	5
Gambar 4 Pengiriman <i>Smartphone</i> di Indonesia (2021 – 2022).....	6
Gambar 5 Minat Seiring Waktu produk <i>Smartphone</i> Xiaomi Tahun 2018 Hingga Tahun 2022	7
Gambar 6 Pendapatan Xiaomi Tahun 2018-2022.....	8
Gambar 7 Hasil <i>Pra Survey</i> Minat Refrensial Konsumen <i>Smartphone</i> Xiaomi	10
Gambar 8 Hasil <i>Pra Survey</i> Minat Preferensial Konsumen <i>Smartphone</i> Xiaomi	11
Gambar 9 Penelusuran <i>Smartphone</i> Xiaomi Pada Website Google Selama Lima Tahun Terakhir.....	12
Gambar 10 Survei Nilai Yang Mendorong Minat Beli <i>Smartphone</i>	14
Gambar 11 Kerangka Pemikiran.....	63
Gambar 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	132

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	164
LAMPIRAN 2 DATA PENELITIAN	172
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA 30 RESPONDEN	177
LAMPIRAN 4 TABULASI DATA MENTAH 400 RESPONDEN	180
LAMPIRAN 5 HASIL UJI VALIDITAS	206
LAMPIRAN 6 HASIL UJI RELIABILITAS	208
LAMPIRAN 7 TABEL DISTRIBUSI R DAN T	209
LAMPIRAN 8 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	210
LAMPIRAN 9 HASIL UJI HIPOTESIS	213
LAMPIRAN 10 HASIL UJI ANALISIS REGRESI BERGANDA	214
LAMPIRAN 11 OUTPUT HASIL UJI ANALISIS KORELASI.....	214
LAMPIRAN 12 OUTPUT UJI KOEFISIEN DETERMINASI.....	214
LAMPIRAN 13 TABEL DISTRIBUSI F.....	215