

KATA PENGANTAR



Dengan mengucap puji syukur kehadirat Tuhan yang telah melimpahkan segala rahmat dan nikmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.”** Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syarial, SE, MSi selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Bapak M. Idris Dalimunthe, SE. MSi selaku PD III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen Universitas Medan area,
6. Bapak Drs. Muslim Wijaya, MSi. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan

bimbingan dan masukan-masukan yang berkomunikasi dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis.
8. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah.
9. Keluarga besar Universitas Medan Area secara umumnya dan seluruh Bapak/Ibu/Dosen serta Staff Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Medan Area secara khususnya yang telah memberikan ilmu dan bantuan baik selama perkuliahan maupu dalam penulisan skripsi ini, kiranya kebaikan Bapak/Ibu dapat diperhitungkan oleh Tuhan Yang Maha Esa.
10. Teristimewah kepada Ayahanda dan Ibunda sebagai hadiah spesial yang pertama kali diberikan Tuhan kepada anaknda dengan bangga punya kedua orang tua yang penuh kasih sayang yang telah mengasuh, mendidik, membimbing serta dengan do'a restunya dapat berhasil menyelesaikan pendidikan ke perguruan tinggi. Buat adekku tersayang Nurul Ufa, Nuansa Nurifa dan Inka Nabila yang memberikan semangat dan doa.
11. Ucapan terima kasih buat teman-teman seperjuangan bermain yaitu semua anggota Sekret yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis.
12. Semua teman-teman stambuk 2013 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi in masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkannya.

Medan, Maret 2017
Penulis

BAZIS RAMADHAN
N P M : 13 832 0059

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Merek	6
1. Pengertian Merek	6
2. Manfaat Merek	8
3. Indikator Merek	10
4. Strategi Merek	10
B. Harga	11
1. Pengertian Harga	11
2. Manfaat harga	13
3. Indikator Harga	14
4. Tujuan Penetapan Harga	15
C. Keputusan Pembelian	17
1. Pengertian Keputusan Pembelian	17
2. Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
3. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	21
D. Penelitian Terdahulu	25
E. Kerangka Pemikiran	26
F. Hipotesis	28

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel	31
1. Populasi	31
2. Sampel	31
D. Definisi Operasional	32
E. Jenis dan Sumber Data	33
1. Jenis Data	33
2. Sumber Data	33
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Teknik Analisis Data	35
1. Uji Validitas dan Reabilitas	35
H. Uji Asumsi Klasik	36
1. Uji Normalitas	36
2. Uji Heteroskedastisitas	37
3. Uji Multikolinearitas	37
I. Uji Regresi Linear Berganda	37
J. Uji Hipotesis	38
1. Uji Parsial (Uji t)	38
2. Uji Simultan (Uji F)	39
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	40
1. Sejarah <i>Smartphone</i> Xiaomi	40
2. Sejarah Universitas Medan Area	43
3. Visi dan Misi Universitas Medan Area	45
4. Struktur Organisasi	46
B. Hasil Penelitian	47
1. Deskripsi Hasil Penelitian	47
2. Karakteristik Responden	47
3. Deskripsi Jawaban Responden	49

4. Uji Validitas dan Reliabilitas	59
5. Uji Asumsi Klasik	62
6. Uji Regresi Linear Berganda.....	66
7. Uji Hipotesis	68
C. Pembahasan	72
1. Pengaruh Variabel Merek Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Xiaomi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeritas Medan Area	71
2. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Xiaomi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeritas Medan Area	72
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	Rincian Waktu Penelitian	28
Tabel 3.2	Data Populasi Penelitian	29
Tabel 3.3	Definisi Operasional	30
Tabel 3.4	Skala Pengukuran Likert.....	33
Tabel 4.1	Karateristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.2	Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	45
Tabel 4.4	Saya Dapat Mengingat Dengan Cepat Logo dan Merek <i>Smartphone</i> Xiaomi	46
Tabel 4.5	<i>Smartphone</i> Merek Xiaomi Sudah Dikenal Banyak Orang.	47
Tabel 4.6	<i>Smartphone</i> Xiaomi Adalah <i>Smartphone</i> yang Berkualitas	47
Tabel 4.7	<i>Smartphone</i> Merek Xiaomi Memberikan Manfaat Bagi Saya Sebagai Mahasiswa.....	48
Tabel 4.8	Saya Akan Terus Menggunakan <i>Smartphone</i> Merek Xiaomi dan Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain.....	48
Tabel 4.9	Harga <i>Smartphone</i> Merek Xiaomi Terjangkau.....	49
Tabel 4.10	Harga <i>Smartphone</i> Merek Xiaomi Sangat Bersaing Dengan Merek Lain.....	49
Tabel 4.11	Harga <i>Smartphone</i> Xiaomi Sesuai Dengan Kualitas Yang Saya Rasakan	50
Tabel 4.12	Menurut Saya Harga Yang Ditawarkan <i>Smartphone</i> Xiaomi Sudah Sesuai Dengan Manfaat Dari Masing-Masing Jenis/Tipe <i>Smartphone</i>	51

Tabel 4.13	Harga <i>Smartphone</i> Xiaomi Relatif Lebih Murah Dibanding <i>Smartphone</i> Merek Lain	51
Tabel 4.14	<i>Smartphone</i> Merek Xiaomi Sangat Sesuai Dengan Kebutuhan Dan Keinginan Saya.....	52
Tabel 4.15	<i>Smartphone</i> Xiaomi Memiliki Beberapa Pilihan Produk Dengan Spesifikasi Yang Menarik Sesuai Harga Dan Selera Konsumen	53
Tabel 4.16	Saya Berusaha Untuk Mengevaluasi Produk Lain Yang Ada Di Pasaran	53
Tabel 4.17	Saya Memutuskan Untuk Membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi Setelah Mengevaluasi Beberapa Alternatif	54
Tabel 4.18	Saya Puas Terhadap <i>Smartphone</i> Xiaomi, Sehingga Ada Keinginan Untuk Membeli Di Lain Waktu	54
Tabel 4.19	Hasil Uji Validitas Variabel Merek	56
Tabel 4.20	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	56
Tabel 4.21	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.22	Hasil Uji Reliabilitas Data	58
Tabel 4.23	Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.24	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4.25	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	64
Tabel 4.26	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	65
Tabel 4.27	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1	Logo Xiaomi.....	42
Gambar 4.2	Produk <i>Smartphone</i> Xiaomi	43
Gambar 4.3	Struktur Organisasi Univeristas Medan Area	43
Gambar 4.4	Grafik Histogram	59
Gambar 4.5	Kurva PP-Plots.....	60
Gambar 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	61