

**PENGARUH HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE MEREK SAMSUNG PADA
MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI
UMAMEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**DUWI SEKAR SARI
NPM : 10 832 0030**



**EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS
2014**

**JUDUL : PENGARUH HARGA DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK
SAMSUNG PADA MAHASISWA DI FAKULTAS
EKONOMI UMA MEDAN**

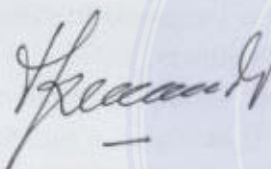
NAMA : DUWI SEKAR SARI

NIM : 10 832 0030

JURUSAN : MANAJEMEN

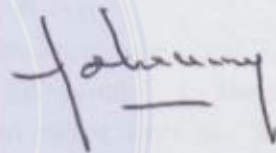
**Menyetujui :
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I



(Drs. Pater Marbun, M.Si)

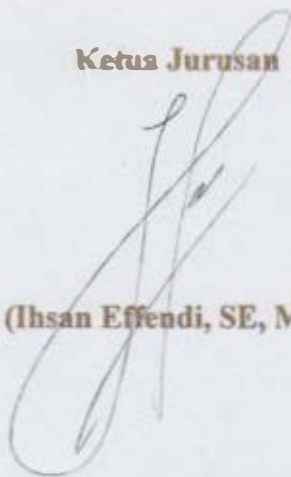
Pembimbing II



(H. Syabriandy, SE, M.Si)

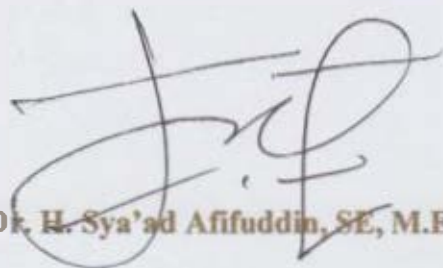
Mengetahui :

Ketua Jurusan



(Ihsan Effendi, SE, M.Si)

Dekan



(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, M.Ec)

Tanggal Lulus :

2014

ABSTRAK

Duwi Sekar Sari. NPM 108320030. "Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsang Pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA Medan". Dibawah bimbingan (Drs. Patar Marbun, Msi sebagai pembimbing I dan H.Syahriandy, SE, Msi sebagai pembimbing II).

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel harga dan iklan terhadap keputusan pembelian Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA Medan.

Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA Medan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 orang. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data skunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan studi dokumentasi. Metode analisis data menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu dengan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan harga dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Melalui koefisien pengujian (R) diperoleh tingkat atau hubungan antara harga dan iklan terhadap keputusan pembelian merupakan hubungan yang cukup erat. Harga merupakan faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA Medan.

Katakunci: Harga, Iklan, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi UMA Medan”.

Adapun tujuan penulis Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil sehingga Skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimah kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya`kub Matondang, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya`ad Afifuddin, SE, Mec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Ihsan Efendi, SE, Msi, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area.
4. Bapak Drs. Patur Marbun, Msi, Sebagai Ketua dan Pembimbing I , yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak H. Syahriandy, SE, Msi Selaku Anggota Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, Msi Selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah dan administrasi kegiatan organisasi di kampus.
 7. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar, serta Pegawai/Karyawan yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
 8. Teristimewa kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta serta Kakak dan Adik Oktia Sundari Ridho dan M.Adib Abdau serta saudara-saudaraku yang telah banyak memberikan dukungan, kasih sayang, materil sehingga penulis berhasil menyelesaikan pendidikan penyusunan skripsi ini.
 9. Buat sahabat-sahabat kusayangi dan teristimewa Maharani, Edi Arianto, Yolanda, Tiara Lestari, Vidia Wati, Putri Susanti, Theresia Asih Erna, Julianingsih, Tiopan Topo Guntur, Afri Syawaludin dan Jhon riki simarmata, aku bangga memiliki kalian semua terima kasih atas doa dan dukungannya.
- Akhir kata penulis berharap semoga penulis Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca dan penulis khususnya.

Medan, 23 Mei 2014

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumus Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat penelitian.....	6
BAB II KERANGKA TEORITIS	
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Harga.....	7
2. Tujuan Penetapan Harga.....	7
3. Faktor-Faktor yang Perlu Dipertimbangkan Dalam Penetapan Harga.....	8
4. Pengertian Iklan.....	10
5. Tujuan Iklan.....	10
6. Anggaran Iklan.....	11
7. Metode Penyusunan Anggaran Iklan.....	12
8. Pengertian Perilaku Konsumen.....	13
9. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
10. Keputusan Pembelian Konsumen.....	18
B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Kerangka Konseptual.....	21
D. Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel.....	25
C. Defenisi Operasional Variabel.....	26
D. Jenis dan Sumber Data.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Teknik Analisa Data.....	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan Samsung.....	33
1. Sejarah Singkat Perusahaan Samsung.....	33
2. Etika Bisnis Perusahaan Samsung.....	36
3. Visi dan Misi Perusahaan Samsung.....	38
4. Arti dan Logo Samsung.....	39
B. Sejarah Universitas Medan Area.....	39
1. Visi dan Misi Universitas Medan Area.....	42
2. Struktur Organisasi.....	42
C. Pembahasan.....	44
1. Karakteristik Responden.....	44
2. Uji Validitas dan Reabilitas.....	46
3. Uji Statistik.....	48
4. Uji Hipotesis.....	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.....	18
Gambar 4.1.....	39
Gambar 4.2.....	44



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Ponsel Dunia.....	2
Tabel 2-1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3-1 Rencana Penelitian.....	24
Tabel 3-2 Oprasionalisasi Variabel.....	27
Tabel 3-3 Instrumen Skala Linkert.....	29
Tabel 4-1 Distribusi Jenis Kelamin Responden di Fakultas Ekonomi UMA...	45
Tabel 4-2 Distribusi Stambuk Responden di Fakutas Ekonomi UMA.....	45
Tabel 4-3 Uji Validitas.....	47
Tabel 4-4 Reability Statistics.....	48
Tabel 4-5 Uji Statistik.....	48
Tabel 4-6 Hasil Uji F.....	51
Tabel 4-7 Hasil Uji t.....	52
Tabel 4-8 Hasil Uji Koefisien Detenninasi R ²	53

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era globalisasi dan perdagangan bebas, serta semakin majunya teknologi menyebabkan persaingan bisnis menjadi kompetitif, baik di pasar domestik maupun internasional. Hal ini membuat perusahaan – perusahaan dalam dunia bisnis mengalami tantangan bisnis tersendiri. Oleh karena itu diperlukan pengembangan dari produk-produk yang sudah ada yang dihasilkan perusahaan dengan tujuan agar bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga produk itu dapat bersaing di pasar. Produk yang diciptakan dan dikembangkan tersebut harus memiliki keunggulan tersendiri dari produk lainnya melalui promosi dan harga yang menarik sehingga para konsumen akan membuat permintaan terhadap produk tersebut. Situasi seperti ini menuntut kejelian perusahaan untuk dapat melihat pergeseran dan perubahan keinginan kebutuhan konsumen. Untuk itu diperlukan strategi promosi yang tepat dalam memenuhi keinginan konsumen tersebut.

Perusahaan harus dapat menyakinkan masyarakat luas akan manfaat produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan dapat mengenal produk perusahaan dengan baik. perusahaan harus mampu menciptakan kegiatan promosi yang menarik untuk didengar dan dibaca oleh masyarakat. Demikian juga dengan alat komunikasi seperti handphone. Handphone saat ini memang bukan barang yang aneh untuk masyarakat Indonesia. Industri handphone bergerak sangat cepat. Handphone sudah tidak asing lagi dan bukan lagi sekedar alat untuk berkomunikasi. Handphone adalah gaya hidup, penampilan, tren dan prestise. Kini dunia

handphone adalah dunia untuk berkomunikasi, berbagai dan menghibur baik itu melalui suara, tulisan, gambar, musik dan video.

Merek alat telekomunikasi nirkabel terus bermunculan dan bersaing dengan menawarkan berbagai fasilitas yang ada dalam telepon tersebut. Oleh sebab itu, Konsep produk yang ditawarkan harus sesuai dengan motif dan keinginan konsumen. Saat ini kita mengenal merek handphone yang terkenal seperti Samsung, Nokia, Apple yang selalu bersaing merebut minat konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk mereka.

Samsung telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan elektronik terkemuka di dunia dengan spesialisasi pada media dan peralatan digital, semikonduktor, memori dan integrasi sistem di Incheon, Korea. Perusahaan ini paling dikenal lewat produk-produk telepon genggamnya. Hal ini terbukti dari data penjualan ponsel dunia yang menunjukkan pertumbuhan penjualan handphone merek Samsung dalam tiga bulan pertama 2012 (kuartal – 1).

Tabel I-1
Penjualan Ponsel Dunia Kuartal-1 2012
Perusahaan Penjualan (juta unit) Penguasaan Pasar (%)

No	Merek	Omset (juta/unit)	Market Share (%)
1	Samsung	93	25,7
2	Nokia	83,7	23,1
3	Apple	26	7,2
4	ZTE	16,5	4,6
5	LG	13,1	3,6
6	Merek Lain	129,7	35,8
	Total		100%

Sumber: *Jurnal.com* – 28 Oktober 2013

DAFTAR PUSTAKA

- Ginting Paham dan Syafrizal Helmi Situmorang, 2008. *Filsafat Ilmu dan Metode Riset*, USU Press, Medan.
- Hasanudin Harahap 2011. *Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Penjualan Pada PT. Wicaksana Overseas Internasional*, Medan : Jurnal Manajemen
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 8, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Medan.
- Kuncoro, Mudrajat, 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 3, Erlangga, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J, 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J, 2010. *Perilaku Konsumen. Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana, Jakarta.
- Situmorang, Syafrizal Helmi dan Muslich Lutfi, 2001, *Analisis Data*. Untuk Riset dan Manajemen Bisnis, Edisi 2, USU Press, Medan. Studi Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit CV. Alpha Betha, Bandung.
- Supramono, dan Haryanto, Jony Octavian, 2003. *Desain Proposal Penelitian: Studi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Surya Rizky Taritoran 2001, *Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Secara Kredit Pada PT*

Adira Finance RO Tebing Tinggi. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Utara : Jurnal Manajemen

Sutojo, Siswanto, 2009. *Manajemen Pemasaran*, PT Damar Mulia Pustaka, Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2005. *BrandManagement dan Strategy*, Yogyakarta: Andi.



Lampiran I

DAFTAR KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya yang bernama Duwi Sekar Sari Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen. Dengan ini mengharapkan kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini, yang saya perlukan guna membantu penelitian saya tentang "Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ekonomi UMA". Pada program Sarjana Ekonomi Universitas Medan Area.

Atas waktu yang diluangkan saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Stambuk :

B. Petunjuk Pengisian

Berilah Tanda *check list* (✓) untuk mengisi jawaban anda pada kolom jawaban yang telah tersedia.

KETERANGAN

SS	: Sangat Setuju	: Diberi skor 5
S	: Setuju	: Diberi skor 4
KS	: Kurang Setuju	: Diberi skor 3
TS	: Tidak Setuju	: Diberi skor 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	: Diberi Skor 1

Variabel-Variabel Penelitian

Pertanyaan

A. Harga (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga Handphone yang saya miliki sekarang sangat terjangkau					
2.	Harga Handphone yang saya miliki sesuai dengan kualitasnya					
3.	Harga setiap produk bervariasi					
4.	Harga Handphone sesuai dengan manfaat yang di dapat					
5.	Harga cukup bersaing dengan produk lain					

B. Periklanan (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Samsung menggunakan media elektronik dan media cetak untuk mengiklankan produknya					
2.	Iklan Samsung menarik dan mudah dimengerti					
3.	Gambar iklan yang ditawarkan Samsung menarik					
4.	Iklan Samsung dapat merangsang niat konsumen untuk membeli produk Samsung					
5.	Isi pesan dalam iklan Handphone Samsung di media cetak atau elektronik mudah dimengerti					

C. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya lebih memilih Samsung karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Saya mencari tahu informasi Samsung sebelum saya melakukan pembelian					
3.	Saya lebih memilih Samsung karena Sesuai dengan keinginan saya					
4.	Ketika melakukan pembelian, anda merasa yakin dengan produk yang anda beli					
5.	Membeli Samsung adalah keputusan yang tepat					

TERIMAKASIH ATAS PARTISIPASI ANDA