

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SOGO SUN PLAZA
MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

**AGUSTINI
NPM : 10 832 0019**



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

JUDUL : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SOGO SUN PLAZAMEDAN

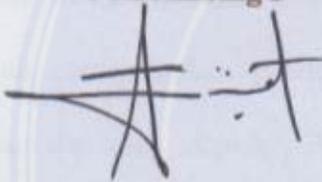
NAMA : AGUSTINI

NPM : 10 832 0019

JURUSAN : MANAJEMEN

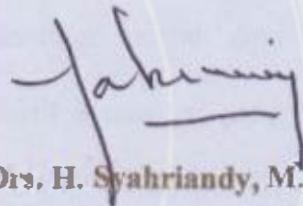
**Me yetujui :
Komisi Pembimbing**

Pembimbing I



(H. Amrin Mulia U Nst, SE, MM)

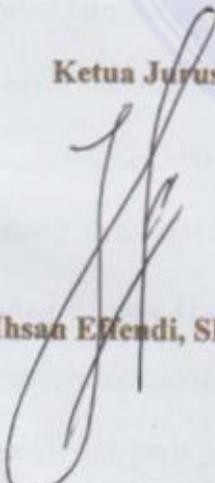
Pembimbing II



(Drs. H. Syahriandy, M.Si)

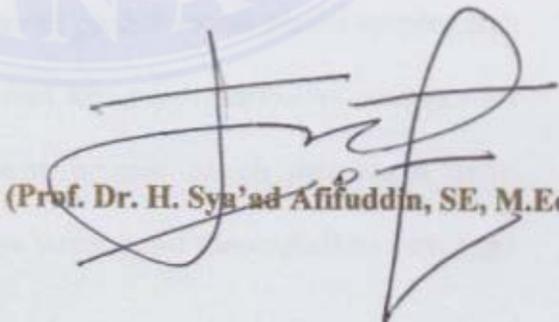
Me geta ui :

Ketua Jurusan



(Ihsan Effendi, SE, M.Si)

Dekan



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

Tanggal Lulus :

2014

ABSTRAK

AGUSTINI. NPM 108320019. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Sogo Sun Plaza Medan. Skripsi 2014

Penelitian ini dilandaskan pada pemikiran bahwa pentingnya meningkatkan penjualan dengan memaksimalkan keputusan pembelian. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga dan kualitas produk. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Sogo Sun Plaza Medan. Penelitian ini dilakukan di Sogo Sun Plaza Medan dan jenis penelitian ini adalah menggunakan pendekatan asosiatif. Data penelitian adalah data primer dan data sekunder. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di Sogo Sun Plaza Medan. Sampelnya sebanyak 100 responden. Analisa data penelitian menggunakan uji regresi linear berganda. Dan hasil penelitian yang diperoleh sekaligus menjadi kesimpulan penelitian ini antara lain yaitu : secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.005 > 1,662$), dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13.561 > 1.662$). Saran peneliti adalah perusahaan harus mampu memaksimalkan upaya-upaya untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian pada penjualan.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. adapun tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Medan Area Medan.

Penulis dalam kesempatan ini menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna disamping masih banyak kekurangan baik dari bahasa, isi dan tulisan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca untuk kesempurnaan tulisan ini.

Judul skripsi yang dibuat oleh penulis adalah *"Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Sogo Sun Plaza Medan"*.

Dalam kesempatan ini penulis menghanturkan rasa hormat dan terima kasih yang tak ternilai kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.A. Ya`kub Matondang, MA sebagai Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya`ad Afifuddin, MEd sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syahrial, SE, MSi sebagai Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Ihsan Effendi, SE, MSi sebagai ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan sekaligus dosen wali penulis.

5. Bapak H. Amrin Mulia U Nst, SE, MM sebagai dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis serta banyak memberikan saran dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.
6. Bapak H. Syahriandy, MSi sebagai dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis serta banyak memberikan saran dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.
7. Bapak Ahmad Prayudi, SE, MM sebagai dosen sekretaris yang telah banyak membantu dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.
8. Terima kasih kepada seluruh Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah mendidik penulis selama di bangku kuliah.
9. Terima kasih kepada seluruh staff pengawai Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah membantu penulis dalam segala urusan hingga selesai.
10. Bapak Pimpinan dan seluruh karyawan PT. PANEN LESTARI INTERNUSA MEDAN yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini dan terima kasih atas kerjasamanya.
11. Teristimewa buat Orangtua, kakak dan adikku yang tersayang serta seluruh keluarga yang telah memberi dukungan, doa dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
12. Sahabat – sahabat saya dan teman seperjuangan saya di fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah meramaikan dan memberikan warna dalam hidup saya

berkat mereka dan semangat, dukungan serta bantuan yang mereka berikan hingga skripsi ini selesai.

Akhirnya dengan menyerahkan diri kepada Allah SWT, penulis mohon diri, kiranya apa yang telah penulis kerjakan ini ada manfaatnya bagi penulis sendiri dan bagi penyusun skripsi selanjutnya sebagai bahan pertimbangan. Amin.

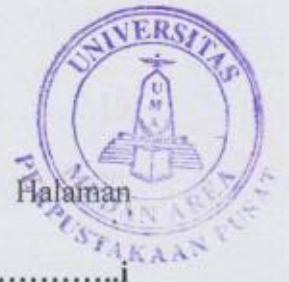
Medan , Februari 2014

Penulis

Agustini

NPM : 10.832.0019

DAFTAR ISI



ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Uraian Teoritis.....	6
1. Pengertian Harga.....	6
2. Peranan dan Tujuan Penentuan Harga.....	7
3. Indikator Harga.....	8
4. Pengertian Kualitas Produk.....	10
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	11
6. Indikator Kualitas Produk.....	13
7. Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
8. Jenis-jenis Pengambilan Keputusan.....	15
9. Indikator Keputusan Pembelian.....	16
10. Penelitian Terdahulu.....	18

B. KerangkaKonseptual.....	19
C. Hipotesis.....	20

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis, Tempat, dan Waktu Penelitian.....	21
B. Populasi dan Sampel.....	22
C. Definisi Operasional.....	23
D. Jenis dan Sumber Data.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisis Data.....	26
G. Uji Hipotesis.....	29

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN.....	30
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	30
2. Struktur Organisasi PT. Panen Lestari Internusa.....	34
3. Deskripsi dan Aktivitas PT. Panen Lestari Internusa.....	37
B. PEMBAHASAN	
1. Karakteristik Umum Responden.....	42
2. Uji Validitas dan Reabilitas.....	44
3. Uji Asumsi Klasik.....	46
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
5. Uji Hipotesis.....	51

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN.....54

B. SARAN.....54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	19
2. Logo Sogo.....	33
3. Struktur Organisasi Sogo Sun Plaza Medan.....	36



DAFTAR TABEL



	Halaman
1. Rincian Waktu Penelitian.....	21
2. Instrument Skala Likert.....	25
3. Karakteristik Responden.....	43
4. Hasil Uji Validitas.....	45
5. Reability Statistic.....	46
6. One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	47
7. Hasil Uji Multikolinieritas.....	48
8. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
9. Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
10. Hasil Uji t.....	51
11. Hasil Uji Koefisien Detenninasi.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang semakin hebat antara institusi penyedia produk belakangan ini bukan hanya disebabkan globalisasi. Tetapi disebabkan pelanggan semakin cerdas, sadar harga, banyak menuntut dan didekati oleh banyak produk. Dunia retailer di Indonesia khususnya di departemen store saat ini telah berkembang dengan pesat, hal ini menyebabkan kondisi persaingan dunia bisnis semakin hari bertambah ketat. Semakin banyaknya departemen store yang bermunculan sebagai akibat dari adanya tingkat kebutuhan manusia yang semakin meningkat dan bervariasi, maka bidang pemasaran sangat berpengaruh dan merupakan satu elemen penting untuk menghadapi persaingan.

Strategi pemasaran yang banyak digunakan oleh pihak departemen store tersebut pada umumnya adalah dengan cara bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan suatu konsep pemasaran yang terdiri dari: Barang (*Product*), Lokasi (*Place*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*). Harga sebagai salah satu bagian dari bauran pemasaran yang sering digunakan oleh perusahaan dalam membujuk konsumen untuk menggunakan produk mereka. Harga jual dari suatu barang merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan pada pasar. Apakah tawaran tersebut diterima atau ditolak, dalam hal ini pasarlah yang menentukan. Harga adalah jumlah yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa (Tjiptono (2005 : 353)).

Dalam menentukan keputusan pembelian, informasi tentang harga sangat dibutuhkan dimana informasi ini akan diperhatikan, dipahami dan makna yang dihasilkan dari informasi harga ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Penetapan harga merupakan masalah yang cukup kompleks dan sulit dalam suatu perusahaan. Dalam menetapkan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun nonprofit dan keputusan ini tidak mudah untuk dilakukan. Di satu sisi, harga yang terlalu mahal bisa dengan cepat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau konsumen. sebaliknya jika harga terlalu murah, pangsa pasar bisa melonjak, namun margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh akan bekurang selain itu sebagian konsumen bisa saja mempersepsikan kualitasnya jelek.

Selain itu konsumen selalu melakukan pertimbangan sebelum melakukan keputusan pembelian, salah satunya adalah disebabkan oleh kualitas produk tersebut. Kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang terhadap suatu barang yang ditawarkan oleh departement store. Karena kualitas sangat efektif sebagai alat untuk meningkatkan atau mempertahankan jumlah penjualar serta membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk tersebut. Hal ini dapat dapat diterapkan apabila konsumen memperoleh kepuasan dari suatu produk tertentu, karena selalu diingat oleh konsumen (*brand loyalty*).

Sogo Sun Plaza merupakan sebuah departement store yang berada di kota Medan. dimana berdasarkan atas adanya berbagai kasus riil tidak semua produk yang ditawarkan oleh departemen store sesuai dengan harapan pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

Tjiptono, 2005, Kiat Membuat Rencana Pemasaran Dalam 30 Menit, Penerbit Proges, Jakarta.

Kotler philip. Amstrong , 2006, Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Milenium, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta

Gregorius Chandra, 2007, Strategi dan Perogram Pemasaran, Edisi Revisi, Cetakan Pertama, Penerbit Erlangga, Yogyakarta.

Lupiyodi, Rambat, 2006. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Edisi Pertama, Salemba Empat , Jakarta.

Simamora Hendry, 2008, Manajemen Pemasaran Internasional, Jilid Tiga, Salemba Empat, Jakarta

Kotler dan Keller , 2009,Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Tjiptono Fandy, 2008.Strategi Pemasaran, Edisi III, Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta

Kotler dan Keller, 2009,Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Nugroho J. Setiadi, 2010, Perilaku Konsumen, Cetakan keempat, Penerbit Kencana, Jakarta.

Sugiyono, 2008, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan keduabelas, Penerbit Alfabeta, Bandung.

**Made Novandri(2010), Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga,
dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor
Yamaha (Studi Kasus : Harpindo Jaya). Cabang Ngaliyan :
Jurnal Manajemen.**



B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon memberikan tanda cheklist (√) pada pertanyaan yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai pada kolom jawaban yang tersedia.
2. Mohon mengisi bagian yang dibutuhkan jawaban tertulis.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.
4. Dalam menjawab pernyataan-pernyataan ini, tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, usabakanlah agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
5. Adapun pilihan jawaban tersedia dalam lima pilihan, yaitu :
 1. SS = Sangat Setuju
 2. S = Setuju
 3. KS = Kurang Setuju
 4. TS = Tidak Setuju
 5. STS = Sangat Tidak Setuju

A. HARGA (X1)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga produk yang ditawarkan Sogo umumnya relatif terjangkau.					
2.	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya.					
3.	Harga produk yang ditawarkan di Sogo bersaing dengan produk di tempat lain.					
4.	Diskon yang diberikan Sogo membuat anda tertarik dengan suatu produk.					
5.	Syarat pembayaran yang mudah membuat anda tertarik membeli produk di Sogo.					
6.	Promosi yang ditawarkan membuat anda membeli produk di Sogo					

B. KUALITAS PRODUK (X2)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk yang ditawarkan berkualitas sehingga nyaman untuk anda gunakan.					
2.	Produk yang dijual di Sogo berstandar internasional.					
3.	Produk yang anda inginkan mudah didapatkan di Sogo.					
4.	Produk yang ditawarkan memiliki berbagai macam desain dan kombinasi yang menarik.					
5.	Produk yang ditawarkan adalah merek-merek terkenal.					
6.	Garansi yang diberikan Sogo pada produk tertentu memberi kemudahan anda untuk melakukan perbaikan barang					

C. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Anda akan membeli suatu produk karena kebutuhan.					
2.	Anda akan membeli sebuah produk karna mereknya terkenal (branded).					
3.	Anda akan membeli suatu produk karena informasi mengenai produk tersebut mudah di dapat.					
4.	Cocok dengan produk tertentu membuat anda ingin membelinya lagi jika dibutuhkan.					
5.	Anda akan merekomendasikan produk yang anda dibeli kepada orang lain.					
6.	Jika ingin mencari produk lagi, anda akan membeli produk di Sogo.					