

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA
PRODUK TELEPON SELULER XIAOMI DI UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA)**

**MUHAMMAD LUTFI MAULANA
8215155527**



**Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

***INFLUENCE ANALYSIS OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT
QUALITY AND PROMOTION TO PURCHASE DECISION
(STUDY ON STUDENT USERS OF CELLULAR XIAOMI
PHONE IN JAKARTA STATE UNIVERSITY)***

**MUHAMMAD LUTFI MAULANA
8215155527**



Skripsi is Written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

ABSTRAK

MUAHMMAD LUTFI MAULANA. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Telepon seluler Xiaomi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)*. Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian survei pada mahasiswa pengguna telepon seluler Xiaomi di Universitas Negeri Jakarta kampus A. Penelitian ini mengambil judul: “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Xiaomi di Universitas Negeri Jakarta kampus A)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden. *Purposive sampling method* digunakan untuk menentukan responden. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa: 1. Persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 3. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Implikasi dari kesimpulan di atas yaitu Xiaomi sudah termasuk jenis telepon seluler *smartphone* yang dapat membantu kehidupan sehari-hari dan perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk misalnya dengan cara tetap mempertahankan kualitas yang ada saat ini bahkan memperbaiki kembali kualitasnya, hal ini dapat mendorong kembali tingkat keputusan pembelian pada telepon seluler Xiaomi.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

MUAHMMAD LUTFI MAULANA. Analysis of effect of price perception, product quality and promotion to purchase decision (study on student users of cellular xiaomi phone products in jakarta state university). Faculty of economic. jakarta state university.

This research is a survey research on student of Xiaomi mobile phone user at Jakarta State University. This research takes the title: "Analysis of Influence of Price Perception, Product Quality, and Promotion on Purchasing Decision (Study on Student of Xiaomi Mobile User at Jakarta State University)". The purpose of this research is to know and analyze the influence of price perception, product quality, and promotion to purchasing decision. Population in this research is student of State University of Jakarta. The number of respondents taken in this research is 100 respondents. Purposive sampling method is used to determine the respondent. Based on the results of research and data analysis using multiple regression analysis shows that: 1. Price perceptions have a positive effect on purchasing decisions. 2. Product quality positively affects the purchasing decision. 3. Promotion positively affects the purchasing decision. The implication of the above conclusion is that Xiaomi has included smartphone smartphone that can help the daily life and the company needs to improve the product quality by maintaining the current quality and even improve its quality, this can push back the purchasing decision level on Xiaomi .

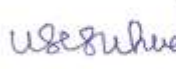
Keywords: Price Perception, Product Quality, Promotion and Purchase Decision

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Andrian Haro S.Si, M.M</u> NIP. 19850924 201404 1 002	Ketua		2 Februari 2018
2. <u>Rahmi SE, MSM</u> NIDK.	Sekretaris		2 Februari 2018
3. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Penguji Ahli		2 Februari 2018
4. <u>M. Edo S. Siregar, SE, MBA</u> NIP. 19720125 200212 1 001	Pembimbing I		2 Februari 2018
5. <u>Ika Febrilia, SE, MM</u> NIP. 19870209 201504 2 001	Pembimbing II		2 Februari 2018
Tanggal Lulus 29 Januari 2018			

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2018
Yang membuat pernyataan



Muhammad Lutfi Maulana
NIM. 8215155527

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian** (Studi pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Xiaomi di Universitas Negeri Jakarta)” dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Andrian Haro, S.Si., MM. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
2. Bapak M. Edo S. Siregar, SE., MBA. selaku dosen pembimbing skripsi I dan Ibu Ika Febrilia, SE., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
3. Para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan sehingga dapat digunakan dalam penyusunan skripsi serta untuk bekal hidup di kehidupan mendatang.
4. Ayah, Ibu, Kakak, Adik-adik dan seluruh keluarga besar tercinta yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik secara moril maupun materil.

5. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kesediaan pembaca untuk memberikan kritik dan saran demi sempurnanya skripsi ini.

Akhirnya penulis menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya kepada pembaca seandainya terdapat kesalahan-kesalahan di dalam skripsi ini dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Januari 2018

Penulis