

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE AIR MAX**

TUGAS AKHIR



**Oleh:
Giulio Putra Sotarduga
NIM. 1111001079**


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
AGUSTUS 2016**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Giulio Putra Sotarduga

NIM : 1111001079

Tanda Tangan : 

Tanggal : 16 Agustus 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Giulio Putra Sotarduga
NIM : 1111001079
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Sepatu Nike Air Max

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pembahas dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M.

Penguji 1 : Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M.

Penguji 2 : Muchsin Saggaff, S, M.Sc., MBA., Ph.D.



(*Holila Hatta*)
(*Dominica Arni*)
(*Muchsin Saggaff*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 16 Agustus 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat, rahmat, taufik, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Air Max”**

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mendapat banyak bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Holila Hatta, SP.d, M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
2. Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M selaku dosen pembahas pertama yang telah memberikan masukan guna memperbaiki dan meluruskan proses penelitian ini.
3. Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D. selaku dosen pembahas kedua yang telah memberikan masukan guna memperbaiki dan meluruskan proses penelitian ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan tugas akhir.
5. C.H Sianturi selaku papa dari penulis, T. Matondang selaku mama dari penulis, Gallantry, James, Grace selaku kakak dari penulis dan kemmy, Jenoa selaku keponakan serta keluarga yang telah memberikan segala dukungan dan doa pada penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Rahmat Djoge selaku pelatih basket kampus, Izal, Erich, Fakrurraiza, Maesandro, Kristianto, Ilmansyah, Adit, Pras, Eric, Budiman, Hardo, Edo, Ricky, Fabian, Havizh, Edo selaku teman-teman mahasiswa yang tergabung dalam Ukma Basket.

7. Klub basket Stadium Jakarta selaku tim yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam penyelesaian tugas akhir bagi penulis.
8. Gita, Fadhil, Eca, Meta, Iin, Tezsa, Aan, Abe, Adit, Krisnadi, Hasan, Dion, Yohan dan Yudho selaku teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan kebersamaan yang berarti bagi penulis.
9. Teman-teman mahasiswa Program Sudi Manajemen angkatan 2011 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
10. Lia Tantia Kasih yang telah memberikan semangat dan dukungan bagi penulis.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait kedepannya.

Jakarta, 16 Agustus 2016

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah:

Nama : Giulio Putra Sotarduga

NIM : 1111001079

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Air Max

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-ekklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Agustus 2016

Yang Menyatakan,



Giulio Putra Sotarduga

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE AIR MAX

Giulio Putra Sotarduga¹

ABSTRAK

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah kualitas produk dan harga. Metode analisis yang digunakan analisa regresi linier berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan *purposive sampling* dari pengguna Sepatu Nike Air Max yang melakukan keputusan pembelian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang disebar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Pada uji determinasi (R^2) terdapat pengaruh sebesar 30% dari variabel independen (kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Sedangkan, sebanyak 70% dipengaruhi oleh variabel lain dan tidak termasuk kedalam analisis regresi ini.

Kata kunci: kualitas produk, harga, keputusan pembelian, Sepatu Nike Air Max

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PERCEIVED
PRICE ON PURCHASE DECISION OF SHOES NIKE AIR MAX***

Giulio Putra Sotarduga²

ABSTRACT

This study is aimed to analyze the effect of product quality and price as an independent variables. The analysis's method using a multiple linear regression analysis. The sample was used in this research are 100 respondents which took at purposive sampling from Shoes Nike Air Max customer who makes a buying decisions. The data retrieved is the primary data that is the result of respondent's answers on a questionnaire that was distributed. The results of this research that are simultaneous influence of variable product quality and price on purchasing decision. The result of this research also shows that the variable product quality and price influence significantly partially against purchasing decision. On the determination test (R^2), there is influence of 30% of the independent variables (product quality and price) on the dependent variable (purchasing decisions). Meanwhile, a total of 70% is influenced by other variables and not included in the regression analysis.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions, Shoes Nike Air Max

² Student of Universitas Bakrie, Management Major

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Praktis.....	6
1.5.2 Manfaat Akademis.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	8
2.1 Kualitas Produk	8
2.2 Harga	10
2.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.4 Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	17

2.5 Hubungan Antara Harga Dan Keputusan Pembelian	18
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	18
2.7 Hipotesis	19
BAB III.....	20
METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	21
3.1.1 Variabel Penelitian.....	21
3.1.1.1 Variabel Independen	21
3.1.1.2 Variabel Dependen	21
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	22
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	24
3.2.2 Penentuan Penarikan Sampel.....	24
3.2.2.1 Kriteria Sampel	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1 Data Primer.....	25
3.3.2 Data Sekunder.....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Metode Analisis Data	27
3.5.1. Analisis Deskriptif	27
3.5.1.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	27
3.5.1.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	27
3.5.2 Uji Instrumen Data	28
3.5.2.1 Uji Validasi	28
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	28

3.5.3 Uji Asumsi Klasik	29
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	29
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	29
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	30
3.5.4. Analisis Regresi Linear Berganda	30
3.5.5 Uji Hipotesis	30
3.5.5.1 Uji Parsial (t).....	30
3.5.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	31
3.5.5.3 Uji Simultan (F)	31
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	32
4.1.1 Sejarah Singkat Nike	32
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	34
4.2 Analisis Deskriptif.....	34
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
4.2.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	36
4.3 Hasil dan Pembahasan.....	39
4.3.1 Uji Instrumen Data	39
4.3.1.1 Uji Validitas	39
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	41
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	42
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	42
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas.....	44

4.3.2.3 Uji Heterokedatisitas.....	45
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.3.4 Uji Hipotesis	47
4.3.4.1 Uji t	47
4.3.4.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.3.4.3 Uji F	49
4.3.5 Pembahasan	50
BAB V.....	52
KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	52
5.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	52
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN 1 KUESIONER	60
LAMPIRAN 2 HASIL UJI SPSS	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nike Air Max dan Adidas Ultra Boost.....	3
Gambar 1.2 Teknologi <i>Air System</i> pada Nike Air Max dan <i>Torsion System</i> pada Adidas Ultra Boost.....	4
Gambar 1.3 Teknologi <i>Air System</i> pada Nike Air Max	4
Gambar 2.1 Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	19
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	35
Gambar 4.2 Pekerjaan Responden	35
Gambar 4.3 Hasil Uji P-Plot	43
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award kategori sepatu olahraga	2
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	36
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	37
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas 100 Responden.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi (R ²)	48
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	57
Lampiran 2 Hasil SPSS	61
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden	76