

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS DAN KEMASAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE N73
DI GRAHA NOKIA YOGYAKARTA**

*Influences Of Promotion, Price, Quality, And Packaging
On Buying Decesion Of Nokia N73*

SKRIPSI



Oleh

**AKHSANAH PURNAMAWATI
20030410014**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS DAN KEMASAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA N73
DI GRAHA NOKIA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**



Oleh

**AKHSANAH PURNAMAWATI
20030410014**

FAKULTAS EKONOMI

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS DAN KEMASAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA N73
DI GRAHA NOKIA YOGYAKARTA



Diajukan oleh

AKHSANAH PURNAMAWATI
20030410014

Telah disetujui Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Meika Kurnia Puii", written over a horizontal line.

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS DAN KEMASAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA N73
DI GRAHA NOKIA YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

AKHSANAH PURNAMAWATI
20030410014

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Meika Kurnia Puji, S.E., M.Si.
Anggota Tim Pengujian



Sutrisno Wibowo, S.E., M.Si.
Anggota Tim Pengujian

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Akhsanah Purnamawati

Nomor mahasiswa : 20030410014

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: ” **ANALISIS PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA N73 DI GRAHA NOKIA YOGYAKARTA**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, April 2008

Akhsanah Purnamawati

PERSEMBAHAN

Karya Tulis Ini Kupersembahkan Untuk:

- *Untuk Ayahandaku (H. Machfudh Zain) dan ibundaku (Hj. Sugiasih) yang telah memberikan yang terbaik kepada anaknya dengan keikhlasan do'a serta motivasi yang tinggi, walaupun perjalanan ini sungguh melelahkan akan tetapi dengan do'a sampai jualah kepada tujuan dan harapan yang di dambakan. Terimakasih...semoga jerih payah Ayah dan Bunda mendapat balasan dari yang Maha Kuasa. Amin.*
- *Saudara-saudaraku yang paling kusayangi dan kucintai Mas Aziz (buruan nikah mas..kasihan bapak & Ibu udah tua), Mbak Ida, Mbak Lulu, mbak Dewi, Dek Imah.*
- *Keponakan-keponakanku tersayang Nabil, Zidan, Nayla, Nadya, Nadin, dan Aden yang akur ya...jangan pada berantem. Ate sayang kalian semua...I Love u All.*
- *Temen-temenku: Veri, Tiwi, Mona, dan temen-temen yang tidak bisa ku sebutkan satu persatutrimakasih atas kesan indah yang tak kan kulupakan. Sukses selalu ya...Don't Forget Me..!*
- *My Soulmate, My husband (Aris Darmawan) terimakasih buat*

INTISARI

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh antara promosi, harga, kualitas dan kemasan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dengan kriteria responden yang berumur diatas 17 tahun yang pernah membeli Nokia N73 di Graha Nokia Yogyakarta dan melakukan pembelian minimal 2 kali. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner.

Sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti telah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli dengan tingkat signifikansi $t < 0,05$ yaitu sebesar $0,003 < 0,05$ harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli dengan tingkat signifikansi $t < 0,05$ yaitu sebesar $0,002 < 0,05$ kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli dengan tingkat signifikansi $t < 0,05$ yaitu sebesar $0,000 < 0,05$, kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli dengan tingkat signifikansi $t < 0,05$ yaitu sebesar $0,004 < 0,05$.

Kata kunci: Promosi, Harga, Kualitas, Kemasan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This Research checks about influence between promotion, price, quality of and decision purchase. This research use sample 100 responder with technique intake of sampling non probability sampling with approach purposive sampling with responder criterion which old age above 17 year which have bought Nokia N73 in Graha Nokia Yogyakarta and minimum purchasing 2 times. As for data collecting technique in this research use questioner method.

Before this research conducted, researcher has reliability and validity test. Result of research indicate that promotion have an effect on significance to decision purchase with t significant $< 0,05$ that is equal to $0,003 < 0,05$ price have an effect on significant to decision purchase with t significant $< 0,05$ that is equal to $0,002 < 0,05$, quality have an effect on significant to decision buy with t significant $< 0,05$ that is equal to $0,000 < 0,05$, tidiness have an effect on significant to decision purchase with t significant $< 0,05$ that is equal to $0,004 < 0,05$.

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Handphone N73 di Graha Nokia Yogyakarta**”

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan strata satu untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi program studi manajemen Universitas Muhamadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa izin Allah SWT, kerja keras serta dukungan dari banyak pihak, skripsi ini tidak akan pernah terselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat dan meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk penulis, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr.H. Khoirudin Bashori, M.SI. selaku Rektor Universitas Muhamadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Misbahul Anwar, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Meika Kurnia Puji SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang

4. Bapak Drs. Winarso, M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selama ini memberi dorongan dan semangat selama penulis menjalankan studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Kedua orang tua, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan perhatian kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikian yang bisa penulis sampaikan, semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukanya.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, April 2008

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN INTI SARI.....	viii
HALAMAN ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Konsep Pemasaran.....	9
2. Perilaku Konsumen.....	11
3. Faktor-faktor yang Menimbulkan Perilaku Konsumen.....	14
4. Proses Pengambilan Keputusan Membeli.....	17
5. Faktor-faktor yang menimbulkan keputusan membeli.....	19
6. Keputusan Pembelian Konsumen.....	26
B. Penelitian Terdulu.....	28
C. Hipotesis.....	29
D. Model Penelitian.....	31

BAB III.	METODA PENELITIAN	32
	A. Obyek Dan Subjek Penelitian	32
	B. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
	C. Jenis Data	33
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
	F. Uji Kualitas Instrumen	36
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	38
BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
	A. Gambaran Umum Nokia	41
	B. Analisis Deskripsi.....	46
	C. Analisis Kualitas Instrumen.....	49
	D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	51
	E. Pembahasan	56
BAB V.	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	59
	A. Kesimpulan.....	59
	B. Saran.....	59
	C. Keterbatasan Penelitian	60

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	: Jumlah Penduduk Kota Yogyakarta Menurut Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2006.....	5
TABEL 4.1	: Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
TABEL 4.2	: Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	47
TABEL 4.3	: Klasifikasi Responden Berdasarkan keseringan membeli.....	48
TABEL 4.4	: Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	48
TABEL 4.5	: Hasil Uji Validitas.....	50
TABEL 4.6	: Hasil Uji Reliabilitas.....	51
TABEL 4.7	: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
TABEL 4.8	: Hasil Analisis SPSS.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Model Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	26
Gambar 2.2	: Model penelitian.....	31
Gambar 4.1	: Perkembangan volume penjualan XYZ	45