PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI BCA CELLULER KECAMATAN LOCERET KABUPATEN NGANJUK

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

OLEH:

RIRIN WIJAYANTI

NIM: 12.1.02.02.0450P

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2015

Skripsi Oleh:

RIRIN WIJAYANTI
NPM : 12.1.02.02.0450p

Judul:

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BCA CELLULER KECAMATAN LOCERET KABUPATEN NGANJUK TAHUN 2015

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 22 Desember 2015

Dosen Pembimbing I,	Dosen Pembimbing II,
Drs.ICHSANNUDIN.MM	**BASTHOUMI MUSLIH, S.pd, M.M**
NIDN: 723105703	**NIDN: 701018607**

ii

SkripsiOleh:

RIRIN WIJAYANTI
NPM:12.1.02.02.0450P

Judul:

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BCA CELLULER KECAMATAN LOCERAT KABUPATEN NGANJUK TAHUN 2015

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada Tanggal :

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua :Drs.Ichsannudin,M.M.
2. Penguji I : Lilia Pasca Riani,M.Sc.
3. Penguji II : Basthoumi Muslih.S.Pd,M.M

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo, MM
NIDN.1910301044

iii

ABSTRAK

RIIN WIJAYANTI : Pengaruh Harga, Kulitas Produk, dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di BCA Celluler Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk Tahun 2015.

Kata kunci : harga, kualitas produk, perilaku konsumen, keputusan pembelian.

Kebutuhan konsumen yang semakin beraneka ragam sehingga akan menimbulkan minat beli konsumen dan pada akhirnya mereka melakukan keputusan pembelian. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal tersebut diantaranya harga, kualitas produk, dan perilaku konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan perilaku konsumen secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada BCA Celluler Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen BCA Celluler sebanyak 240 responden. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode *insidental sampling* sehingga menghasilkan 70 responden. Variabel bebas penelitian ini adalah harga (X_1), kualitas produk (X_2), perilaku konsumen (X_3) dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Uji instrumen dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji statistik secara simultan (uji F) dan uji statistik secara parsial (uji t) dan dengan taraf signifikan α = 5%. Penganalisan data menggunakan program SPSS.

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan variabel harga, kualitas produk, dan perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di BCA Celluler. Sedangkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan variabel harga, kualitas produk dan perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian, maka penulis menyarankan untuk BCA Celluler dalam meningkatkan keputusan pembelian lebih menitik beratkan pada harga, kualitas produk, dan perilaku konsumen. Dilihat dari kuesioner yang telah diisi oleh konsumen tersebut diperoleh data bahwa konsumen memiliki daya beli yang tinggi terhadap produk yang di jual di BCA Celluler. Sehingga dengan harga yang terjangkau, kualitas produk yang baik, serta perilaku konsumen yang baik akan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

I. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini dalam kehidupan yang semakin komplek serta dengan adanya kebutuhan yang semakin beraneka ragam, perusahaan dituntut untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan para konsumennya. Menurut Tjiptono (2004:27) dalam memenuhi kebutuhannya konsumen akan selalu berusaha dengan berbagai cara agar kebutuhannya dapat terpenuhi sehingga dapat memberikan kepuasan bagi dirinya sendiri. Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya akan melakukan keputusan membeli tidaklah mudah. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal tersebut. Baik dari faktor internal/dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh perusahaan.

Salah satu cara untuk menumbuhkan minat beli konsumen dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas barang. Menurut Saladin (2008:95) harga adalah "sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen".Untuk menetapkan harga bukanlah hal yang mudah, banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual. Suatu pasar tertentu biasanya dilayani oleh beberapa perusahaan sejenis, karena itu perusahaan harus mempunyai kemampuan dalam menghadapi saingan di pasar dalam usaha mencapai tujuan perusahaan. Dengan kata lain perusahaan harus dapat selalu tanggap dengan lingkungannya, baik eksternal maupun internal dalam usaha merebut pangsa pasar.Bila konsumen bersedia menerima harga tersebut, maka produk tersebut akan diterima oleh masyarakat.Dengan demikian perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada

baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat, dan kualitas produk.

Selain penetapan harga, dalam menumbuhkan minat beli dapat dilakukan dengan pemberian kualitas produk yang baik. Menurut Kotler dan Amstrong (2010:27) kualitas produk merupakan "kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya". Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (*design)* produk maupun inti *(core)* produk itu sendiri.

Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan membeli tidaklah mudah. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal itu. Baik dari faktor internal/dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh perusahaan. Selain menentukan harga serta memperhatihkan kualitas produk, dalam perusahaan harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen, agar dapat memenangkan persaingan. Menurut Kottler (2009:166) yang dimaksud dengan perilaku konsumen adalah "studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka". Karena keputusan membeli dapat dipengaruhi oleh lingkungan, maka perushaan haruslah mampu memanfaatkan hal tersebut.

Perusahaan yang akan menjadi objek penelitian ini adalah BCA Celluler, yang merupakan salah satu perusahaan yang menetapkan dengan harga yang relatif lebih terjangkau,

dengan harga yang relatif terjangkau tersebut akan mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli produk di BCA Celluler. Tidak hanya harga yang terjangkau, perusahaan juga selalu mengutamakan kualitas produk, dengan kualitas produk yang baik akan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang membeli produk di BCA Celluler. Selain harga dan kualitas produk, perilaku konsumen juga harus diperhatikan, dengan mengetahui perilaku konsumen, maka perusahaan akan mengetahui apa saja kebutuhan konsumen yang dapat di penuhi oleh perusahaan yang pada akhirnya akan menumbuhkan keputusan pembelian serta daya beli yang berulang-ulang di BCA Celluler.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di BCA Celluler Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk"**.

A. Metode pengumpulan data yang digunakandalampenelitianiniyaitu dengan menggunakan kuesioner/angket, Menurut Noor (2011:139) kuesioner merupakan "suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut".Kuesionerdalampenelitianinim enggunakanpertanyaantertulis kepada responden. **Teknik Analisis Data**

1. **Uji Asumsi Klasik**

Sebelum menganalisis data untuk membuktikan hipotesis, terlebih dahulu peneliti melakukan uji asumsi klasik yaitu:

a. **Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2010:110) "normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam modal regresi, variabel

penganggguran atau residual memiliki distribusi normal". Model regresi yang baik adalahmempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2010:91), "uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (indenpenden)". Model regresi yang baik seharunya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Menurut Ghozali (2010:92), untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam modal regresi, pengujian ini menggunakan nilai *tolerance* dan lawanya *varlance inflation factor* (VIF), yaitu:Jika nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF = 1/*tolerance*). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10.

c. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2010:95). "uji autokorelasi bertujuan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-

1 (sebelumnya)". Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pengujian ini akan menggunakan uji Durbin-Watson (DW *test*) yang mensyaratkan adanya konstanta (*intercept*) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen.Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi disajikan dalam tabel 3.4 berikut :

Tabel 3.4
Pengambil Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	0<d< dl
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	dl ≤ d ≤du
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	4 – dl < d < 4
Tidak ada korelasi negatif	No desicison	4 – du ≤ d ≤4 – dl
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	Du < d <4 – du

Sumber: Ghozali, 2005

d. Uji Heteroskedastistas

Menurut Ghozali (2010:105). " uji heteroskedastistas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain". Model regresi yang baik adalah yang heteroskedastisitasatau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi terjadi atau tidak terjadi Heteroskedastistas. Menurut Ghozali (2010:105) adalah:

1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur

(bergelombang, melebar, kemudian menjepit), maka kondisi tersebut mengidikasikan telat terjadi heteroskedastisitas.

2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastistas.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat (pengaruh) antar variabel maka teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi.Analisis data ini menggunakan angka-angka (kuantitatif) dengan metode statistik. Teknik analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda yaitu untuk melihat pengaruh dari variabel-variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) dengan menggunakan program SPSS versi 16 dan dituliskan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3}$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

$b_{1,2,3}$ = KoefisienRegresiVariabel

X_1 =Harga

X_2 = Kualitas produk

X_3 = Perilaku Konsumen

e = *Standart Error*

B. Pengujian Koesioner Determinan (R^2)

Determinan digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dengan kata lain koefisien determinan digunakan untuk mengukur variabel bebas yang diteliti ($x_1x_2x_3$) yaitu harga, kualitas produk, dan perilaku konsumen terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian.

Koefisien determinan (R^2) berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti bila $R^2=0$ menunjukan tidak ada variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukan semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien determinan bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinansi adalah antara nol dan 1. Nilai R^2 yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan menjelaskan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Kelemahan penggunaan koefisien determinasi R^2 adalah adanya terhadap variabel terikat yang adadalam model. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang baik.

C. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t (*individual test*) digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari tiap-tiap variabel bebas terikat. Untuk melakukan Uji t pada penelitian ini, penelitian menggunakan alat bantu berupa aplikasi software SPSS versi 16. Menurut Sugiyono (2008:180) untuk menarik kesimpulan apakah hipotesis diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan besarnya nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

1) Signifikan $t \leq 0,05$ dan t_{hitung} maka hipotesis (H_o) ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
2) Signifikan $t \geq 0,05$ dan t_{hitung} t_{tabel} maka hipotesis nol (H_o) diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

b. Uji F (Simultan)

Uji digunakan untuk mengetahui pengeruh signifikan variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Untuk melakukan uji F dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat bantu berupa aplikasi software SPSS versi 16. Untuk menarik kesimpulan ada tidaknya pengaruh variabel bebas (X) secara serempak (simultan) terhadap variabel terikat (Y) adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

1) Signifikan $F < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_o ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti, secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
2) Signifikan $F > 0,05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_o diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti, secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

1. Profil Responden

Responden yang mengisi kuesioner ini adalah pelanggan di BCA Celluler Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk, sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan yaitu 70 repsonden. Adapun profil responden jika dilihat berdas 55 jenis kelamin dan usia responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakterisitik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	32	45,7 %
Perempuan	38	54,3 %
Total	70	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Dari tabel 4.1 di atas dapat di ketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-lakiberjumlah 32 atau 45,7%, sedangkan untuk responden dengan jeniskelamin perempuan berjumlah 38 atau 54,3% dari keseluruhan responden yang berjumlah 70 orang.Sedangkandari segi usia, profil responden adalah seperti tertera pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2

Karakterisitik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Presentase
20-30 tahun	41	58,6%
31-40 tahun	21	30,0%
>40 tahun	8	11,4%
Total	70	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa responden dengan usia 20-30 tahun sebanyak 41 orang (58,6%), usia 31-40 tahun sebanyak 21 orang (30,0%), dan usia >40 tahun sebanyak 8orang (11,4%).

A. **Diskripsi Data Variabel**

Deskripsi variabel menjelaskan secara deskriptif mengenai variabel independen/bebas dan variabel dependen/terikat. Berikut penjelasan secara deskriptif hasil jawaban atau tanggapan responden terikat variabel penelitian yaitu harga, kualitas produk, dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di BCA Celluler Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk.

1. **Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga**

Berdasarkan jawaban atau tanggapan responden mengenai variabel harga terhadap keputusan pembeliandapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Tanggapan Responden Mengenai Harga

No	Butir	Tanggapan Responden										Prosentase
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X1.1.1	0	0,0	2	2,9	0	0,0	36	**51,4**	32	45,7	70/100%
2.	X1.1.2	0	0,0	3	4,3	15	21,4	33	47,1	19	27,1	70/100%
3.	X1.2.1	0	0,0	2	2,9	4	5,7	28	40,0	36	51,4	70/100%
4.	X1.2.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	27	36,8	43	61,4	70/100%
5.	X1.3.1	0	0,0	9	12,9	5	7,1	37	52,9	19	27,1	70/100%
6.	X1.3.2	0	0,0	2	2,9	0	0,0	29	41,4	39	55,7	70/100%
7.	X1.4.1	0	0,0	2	2,9	11	15,7	42	60,0	15	21,4	70/100%
8.	X1.4.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	29	41,1	41	58,6	70/100%
9.	X1.5.1	0	0,0	2	2,9	11	15,7	42	60,0	15	21,4	70/100%
10.	X1.5.2	0	0,0	2	2,9	5	7,1	35	50,0	28	40,0	70/100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas maka dapat dideskripsikan bahwa persentase jawaban responden terhadap variabel harga, yang meliputi:menurut saya harga yang ditawarkan di BCA Celluler sangat terjangkau($X_{1.1.1}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar36 (51,4%). Jawaban responden mengenai menurut saya harga yang ditawarkan di BCA Celluler sesuai dengan kualitas barang yang dijual($X_{1.1.2}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar33(47,1%).

Jawaban responden mengenai adanya potongan harga membuat saya melakukan pembelian($X_{1.2.1}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian sangat setuju (SS) denganprosentase sebesar 36 (51,4%). Jawaban responden mengenai potongan harga membuat saya sangat senang($X_{1.2.2}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian sangat setuju (SS) dengan prosentase sebesar43(61,4%).

Jawaban responden mengenai menurut saya pembayaran yang dilakukan dikasir tidak terlalu lama($X_{1.3.1}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar37(52,9%). Jawaban responden mengenai pembayaran menggunakan uang tunai menurut saya sangat efektif($X_{1.3.2}$). Dari jawaban

responden tersebut paling dominan memberikan penilaian sangat setuju (SS) dengan prosentase sebesar39 (55,7%).

Jawaban responden mengenai menurut saya pembayaran dalam waktu transaksi jual beli sangat bagus diterapkan($X_{1.4.1}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar42 (60,0%). Jawaban responden mengenai pembayaran dapat menggunakan kartu debet dan kartu kredit menurut saya menjadi lebih mudah($X_{1.4.2}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian sangat setuju (SS) denganprosentase sebesar 41(58,6%).

Jawaban responden mengenai menurut saya harga yang ditawarkan terjangkau ($X_{1.5.1}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar 42 (60,0%). Jawaban responden mengenai menurut saya harga yang terjangkau dapat meningkatkan daya beli konsumen ($X_{1.5.2}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) denganprosentase sebesar 35 (50,0%).

2. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan jawaban atau tanggapan responden mengenai variabel kualitas produk terhadap keputusan pembeliandapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk

No	Butir	Tanggapan Responden										Prosentase
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X2.1.1	0	0,0	3	4,3	7	10,0	32	45,7	28	40,0	70/100%
2.	X2.1.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	40	57,1	30	42,9	70/100%
3.	X2.2.1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	27	38,6	43	61,4	70/100%
4.	X2.2.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	26	37,1	44	62,9	70/100%
5.	X2.3.1	0	0,0	2	2,9	5	7,1	35	50,0	28	40,0	70/100%
6.	X2.3.2	0	0,0	2	2,9	0	0,0	36	51,4	32	45,7	70/100%
7.	X2.4.1	0	0,0	3	4,3	7	10,0	33	47,1	27	38,6	70/100%
8.	X2.4.2	0	0,0	2	2,9	0	0,0	28	40,0	40	57,1	70/100%
9.	X2.5.1	0	0,0	7	10,0	7	10,0	41	58,6	15	21,4	70/100%
10.	X2.5.2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	40	57,1	30	42,9	70/100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel 4.4di atas maka dapat dideskripsikan bahwa persentase jawaban responden terhadap variabel kualitas produk yang meliputi: kinerja produk yang ditawarkan di BCA Celluler sesuai dengan keinginan saya ($X_{2.1.1}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar 32(45,7%). Jawaban responden mengenai menurut saya produk yang dijual sangat istemewa dan produknya sangat bagus tidak ada yang cacat($X_{2.1.2}$).Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar 40 (57,1%).

Jawaban responden mengenai fitur yang ditawarkan menurut saya sama dengan jenis barang ($X_{2.2.1}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian sangat setuju (SS) dengan prosentase sebesar 43(61,4%). Jawaban responden mengenai -keragaman fitur membuat saya melakukan pembelian terhadap produk di BCA Celluler($X_{2.2.2}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian sangat setuju (SS) dengan prosentase sebesar 44(62,9%).

Jawaban responden mengenai produk yang ditawarkan di BCA Celluler bukan barang yang rusak($X_{2.3.1}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar 35(50,0%). Jawaban responden mengenai keandalan produk yang ditawarkan di BCA Celluler sangatlah baik dan berkualitas ($X_{2.3.2}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar 36(51,4%).

Jawaban responden mengenai pemberian informasi di BCA Celluler sangat jelas dan lengkap($X_{2.4.1}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar 33 (47,1%). Jawaban responden mengenai pemberian informasi di BCA Celluler yang sangat memuaskan dan bahasanya sopan ($X_{2.4.2}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian sangat setuju (SS) dengan prosentase sebesar40 (57,1%).

Jawaban responden mengenai produk yang ditawarkan

di BCA Celluler mempunyai umur teknis yang tahan lama($X_{2.5.1}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar 41(58,6%). Jawaban responden mengenai -daya tahan produk yang ditawarkan di BCA Celluler sangat kuat($X_{2.5.2}$). Dari jawaban responden tersebut paling dominan memberikan penilaian setuju (S) dengan prosentase sebesar 40 (57,1%).

DAFTAR PUSTAKA

Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Bailey, Kennet D. 2005. *Methods of Social Research*: The Free Press. New York.

Basu, Swasta, DH dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*:Liberty. Yogyakarta.

Bennion,M and B. Sceheule, 2004. *Introductory Foods*, Delmar, Amerika

Djaslim, Saladin. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian*. Bandung: Linda Karya.

Fandy, Tjiptono,. 2008. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi Edisi Kedua : Yogyakarta.

Ghozali, Imam. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. 2010. *Principles of Marketing*, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.

Marzuki. 2005. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonisia.

McCarthy, E, J,. 2008. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajemen Global*. Salemba Empat. Jakarta.

Noor, Julinsyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi,Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiyah*. Jakarta: Kencana.

Peter, P, J, & Olson, Jerry, C. 2009. *Costumer Behavior*, Jilid 2, Edisi Kelima (alih bahasa Damos Sihombing). Jakarta: Erlangga.

Riduwan. 2010. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung:Alfabeta.

Stanton, W. 2006. *Prinsip Pemasaran*, terjemahan Y. Lamarto. Erlangga. Jakarta.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Afabeta.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa Edisi Pertama.* Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Tjiptono, F. 2009. *Service Marketing*: Esensi & Aplikasi. Penerbit: Marknesis. Yogyakarta.

Winardi. 2010. *Kepemimpinan dan Manajemen*. PT Rineka Cipta. Jakarta.