

KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kehadiran Allah S.W.T, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (*T-shirt*) Pada Konsumen Artchitect”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan Program Studi S1 di Sekolah Administrasi dan Keuangan di Institut Manajemen Telkom, dan untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan, bimbingan, dorongan, dan semangat, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis berterimakasih kepada:

1. Ibu Nurafni Rubiyanti, SMB., MBA, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh dorongan semangat dan kesabarannya selama ini meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu dalam bimbingan dan pengarahan kepada penulis sampai menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu dan Ayah tersayang yang senantiasa memberikan dukungannya dan mendoakan penulis dalam setiap kesempatan tanpa mengenal lelah, yang selalu memberikan doa, tenaga dan materi serta motivasi yang tak terhingga kepada penulis dan kakakku tersayang Adhitya serta adikku tersayang Galih yang selalu memberikan doa dan semangatnya kepada saya.
3. Kepada teman-teman seperjuangan saya, yaitu Niko, Grefian, Andika, Yoga, Ryan, Wisnu, Velbi, Agung dan lainnya yang telah mendukung untuk memberikan pengalaman dan pelajaran berharga dalam hidup saya.

4. Dan pihak-pihak lainnya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara moril maupun materil.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan ketidaksempurnaan, Namun demikian dengan segala keterbatasannya semoga dapat berguna bagi yang membutuhkan.

Bandung 1 Agustus 2013

Fahri Muhammad Ridwan

ARTCHITECT

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	10
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	10
2.1.1 Konsep Pemasaran	10
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Produk.....	11
2.1.3 Kualitas Produk.....	12
2.1.4 Harga (<i>Price</i>).....	16
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	18

2.1.6 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.7 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
2.4 Hipotesis.....	37
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	38
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Variabel Operasional.....	39
3.3 Tahapan Penelitian	41
3.4 Populasi dan Sampel	44
3.4.1 Populasi	44
3.4.2 Sample	44
3.5 Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.2 Sumber Data.....	47
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	48
3.6.1 Uji Validitas.....	48
3.6.2 Uji Reabilitas.....	49
3.7 Teknik Analisa Data.....	50
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	50
3.7.2 Skala Pengukuran	53
3.7.3 Pengskalaan MSI (<i>Method of Successive Interval</i>)	54
3.7.4 Analisis Linier Berganda.	55
3.7.5 Koefisien Diterminasi.....	56
3.7.6 Uji Pengaruh Simultan (F).....	57

3.7.7 Uji Parsial (T).....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Karakteristik Responden.....	59
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	61
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian.....	62
4.2 Hasil Penelitian.	62
4.2.1 Analisis Kualitas Produk dan Harga Menurut Tanggapan Responden.....	62
4.2.2 Analisis Keputusan Pembelian <i>T-shirt</i> Artchitect Menurut Tanggapan Responden.....	72
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.3.1 Analisis Regresi Berganda.....	75
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	77
4.3.3 Koefisien Determinasi.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	83
5.1.1 Saran Untuk Perusahaan.....	83
5.1.2 Saran Untuk Penelitian Lanjutan.....	84
Daftar Pustaka.....	85
Lampiran.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1	Variabel Operasional	40
Tabel 3.2	Kategori Interpretasi Skor.....	52
Tabel 3.3	Instrumen Skala Likert Dalam Penelitian.....	53
Tabel 4.1	Rata-rata Nilai Total Kualitas Produk (X_1).....	64
Tabel 4.2	Rata-rata Nilai Total Harga (X_2)	65
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Pada Pembeli <i>T-shirt</i> Artchitect.	66
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Harga <i>T-shirt</i> Artchitect.	70
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian <i>T-shirt</i> Artchitect.....	72
Tabel 4.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4.7	Pengujian F Hitung.....	77
Tabel 4.8	Koefisien Determinasi.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Artchitect	1
Gambar 1.2	Data Penjualan <i>T-shirt</i> Artchitect	5
Gambar 2.1	Bauran Pemasaran (4P).....	11
Gambar 2.2	Model Prilaku Konsumen	19
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	44
Gambar 3.2	Kriteria Interpretasi Nilai	52
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	61
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian.....	62
Gambar 4.5	Posisi Kualitas Produk <i>T-shirt</i> Artchitect Terhadap Garis Kuantum.....	69
Gambar 4.6	Posisi Harga <i>T-shirt</i> Artchitect Terhadap Garis Kontinum.....	71
Gambar 4.7	Posisi Keputusan Pembelian <i>T-shirt</i> Artchitect Terhadap Garis Kontinum.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kuisisioner.....	90
LAMPIRAN 2	Gambar Produk <i>T-shirt</i> Architect.....	94
LAMPIRAN 3	Hasil Kuisisioner.....	95

ARCHITECT