

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
DALAM MINAT PEMBELIAN XIAOMI NOTE 2 DI
YOGYAKARTA**

Skripsi



Disusun oleh:

RICHARD EZRA

11130033

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
2017**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK DALAM
MINAT PEMBELIAN XIAOMI NOTE 2 DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

RICHARD EZRA

NIM : 11130033

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT PEMBELIAN XIAOMI NOTE 2 DI
YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

RICHARD EZRA

11130033

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 14 Juni 2017

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. : Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Ketua Tim)

2. : Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM

(Dosen Penguji)

3. : Jonathan Herdioko, SE., MM

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 14 Juni 2017

Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Drs. Sisnuhadi, MBA

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK DALAM MINAT PEMBELIAN XIAOMI NOTE 2 DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 15 Mei 2017



Richard Ezra

11130033

HALAMAN MOTTO

**Apapun yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti
untuk Tuhan bukan untuk manusia.**

(Kolose 3:23)

**Dengarkanlah nasihat dan terimalah didikan, supaya engkau menjadi bijak
di masa depan. Banyaklah rancangan di hati manusia, tetapi keputusan
Tuhanlah yang terlaksana**

(Amsal 19:20-21)

**Segala tulisan yang di ilhamkan Allah memang bermamfaat untuk mengajar,
untuk menyatakan kesalahan, untuk memperbaiki kelakuan dan untuk
mendidik orang dalam kebenaran.**

(2 Timotius 3:16)

**Dan jadikanlah dirimu sendiri suatu teladan dalam berbuat baik. Hendaklah
engkau jujur dan bersungguh-sungguh dalam pengajaran**

(Titus 2:7)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

- 1. Tuhan Yesus Kristus**
- 2. Bapak dan Mamak tercinta**
- 3. Keluarga Terkasih**
- 4. Ibu Lucia Nurbani Kartika, SPd. MM , SPd,Dipl.Secr.,MM**
- 5. Gereja Pantekosta di Indonesia (GPDI) dan GBI BLESSING
Yogyakarta**
- 6. Gandong (Joe, Guntur, Nensya, Priska, Gebby, Humprey, bung Felix,
Reky, Bagus, Rolan, Andryanto)**
- 7. Kak Dessy Lestari**
- 8. Shierly**
- 9. Anak-anak Kontrakan (Benny, Algo ,Gerry ,Jeremy)**
- 10. Teman-teman Fakultas Bisnis 2013**
- 11. Almamaterku Tercinta**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk dalam Minat Beli Xiaomi Note 2 Di Yogyakarta” ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih-Nya yang tidak pernah berkesudahan dalam kehidupan saya, yang sudah menyertai saya dari awal perkuliahan sampai dengan selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua tercinta saya Bapak Suwarjo dan Mamak Rosmawati Simarmata yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.

3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Bapak Petra Surya Mega Wijaya, SE., Msi, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Ibu Lucia Nurbani Kartika, SPd. MM, SPd,Dipl.secdr.,MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
6. Saudara tercinta saya Andreas Natanael
7. Semua keluarga terkasih di Lampung, Jakarta,dan Sumatera yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi serta doa kepada saya.
8. Pdt. Rina Leggi dan seluruh Keluarga di pastori
9. Rekan-rekan di GPDI Tulang Bawang dan GBI Blessing Yogyakarta
10. Para sahabat terkasih yaitu (Algo, Beni, Joe, Guntur, Bung Felix, Reky, Andryanto, Nensya, Priska, Bagus, Rolan, Gerry, Jeremy, Kak Rey, Gebby sangian) yang sudah bersama-sama dalam suka dan duka melewati perkuliahan ini dari awal sampai selesainya Skripsi ini, menjadi motivator dan saudara yang baik.
11. Sahabat The BAD_JINK : Gunawan, Yusa, Yosua, Widodo, Alfarisi, Wahyu Coker. Yang sudah menemani masa-masa SMA di SMAN 01 Banjar Agung.
12. Teman-teman Manajemen 2013 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
13. Para Mantan yang pernah mensupport saya dalam suka maupun duka.

14. Pak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengolah data skripsi.

15. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, Januari 2016

Penulis

Richard Ezra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7

1.5. Batasan Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Harga	9
2.1.1. pengertian harga	9
2.1.2. Penetapan Harga	10
2.1.3. Tujuan Penetapan Harga.....	11
2.1.4. Bagaimana Harga Mempengaruhi Minat Beli.....	12
2.2. Kualitas Produk	13
2.2.1. Bagaimana Kualitas Produk Mempengaruhi Minat Beli	16
2.3. Minat Beli	17
2.3.1. Pengertian Minat Beli	17
2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi minat Beli	18
2.3.3 Indikator-Indikator Minat Beli	19
2.4. Penelitian Terdahulu	20
2.5. Hipotesis Penelitian	22
BAB III. METODE PENELITIAN	23
3.1. Data	23
3.1.1. Data Primer	23

3.1.2. Data Sekunder.....	24
3.2. Pengumpulan Data	24
3.2.1. Sampel	24
3.2.2. Populasi	25
3.3. Pengukuran Variabel	26
3.3.1. Uji Validitas	27
3.3.2. Uji Reliabilitas	28
3.3.3. Analisis Deskriptif	30
3.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda	30
3.3.5. Koefisien Determinasi (R^2)	33
BAB IV. HASIL PENELITIAN	34
4.1. Tujuan Menganalisa Data	34
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	34
4.2.1. Analisis Validitas	35
4.2.2. Analisis Reliabilitas	36
4.2.3. Analisis Deskriptif	37
4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.2.5. Koefisien Determinasi	48

4.3. Pembahasan Hasil	50
BAB V. PENUTUP	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Keterbatasan Penelitian	53
5.3. Saran	54
5.3.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian untuk Carrefour	54
5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Brand Smartphone 2015.....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 3.2. Pengukuran Tabel	27
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.6. Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	42
Tabel 4.7. Hasil Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4.8. Hasil Uji F (F test)	47
Tabel 4.9. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2)	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	20

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda

©UKDW

ABSTRACT

This study examines the effect of the independent variable component which includes Influence of Price and Quality Product To The dependent variable is the interest Buy Xiaomi Note 2 In Yogyakarta. Data collection methods used were questionnaires. The sample used is a non-probability sampling with purposive sampling with criteria Smartphone consumers in Yogyakarta. Samples are taken as respondents as many as 100 people.

Based on these criteria, there are three hypotheses that can be used: first, allegedly Influence Price significant effect on the interest Buy Xiaomi Note 2 in Yogyakarta. Second, allegedly Product Quality significant effect on the interest Buy Xiaomi Note 2 in Yogyakarta. Third, allegedly variables Effects of Price and Quality of Products simultaneously significant effect on the interest Buy Xiaomi Note 2 in Yogyakarta.

Testing the hypothesis in this study using multiple linear regression statistical tools. The results of the statistical analysis showed that the variable component Effects of Price and Product Quality significant effect on the interest Buy Xiaomi Note 2 in Yogyakarta. And it can be concluded that the price and quality that is provided by the Xiaomi Note 2 according to what is desired by the users of smartphones.

Keywords : price effect, product Quality, and buying interest Xiaomi note

2

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel independen yang meliputi Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli Xiaomi Note 2 Di Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Sampel yang digunakan yaitu dengan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling dengan kriteria konsumen Smartphone yang ada di Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan Kriteria tersebut terdapat tiga hipotesis yang dapat digunakan: pertama, diduga Pengaruh Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Xiaomi Note 2 di Yogyakarta. Kedua, diduga Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Xiaomi Note 2 di Yogyakarta. Ketiga, diduga variabel-variabel Pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Xiaomi Note 2 di Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil dari analisis statistik tersebut menunjukkan bahwa komponen variabel Pengaruh Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Xiaomi Note 2 di Yogyakarta. Dan dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas yang di berikan oleh Xiaomi Note 2 sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna Smartphone.

Kata kunci : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat beli Xiaomi Note 2

ABSTRACT

This study examines the effect of the independent variable component which includes Influence of Price and Quality Product To The dependent variable is the interest Buy Xiaomi Note 2 In Yogyakarta. Data collection methods used were questionnaires. The sample used is a non-probability sampling with purposive sampling with criteria Smartphone consumers in Yogyakarta. Samples are taken as respondents as many as 100 people.

Based on these criteria, there are three hypotheses that can be used: first, allegedly Influence Price significant effect on the interest Buy Xiaomi Note 2 in Yogyakarta. Second, allegedly Product Quality significant effect on the interest Buy Xiaomi Note 2 in Yogyakarta. Third, allegedly variables Effects of Price and Quality of Products simultaneously significant effect on the interest Buy Xiaomi Note 2 in Yogyakarta.

Testing the hypothesis in this study using multiple linear regression statistical tools. The results of the statistical analysis showed that the variable component Effects of Price and Product Quality significant effect on the interest Buy Xiaomi Note 2 in Yogyakarta. And it can be concluded that the price and quality that is provided by the Xiaomi Note 2 according to what is desired by the users of smartphones.

Keywords : price effect, product Quality, and buying interest Xiaomi note

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel independen yang meliputi Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli Xiaomi Note 2 Di Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Sampel yang digunakan yaitu dengan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling dengan kriteria konsumen Smartphone yang ada di Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan Kriteria tersebut terdapat tiga hipotesis yang dapat digunakan: pertama, diduga Pengaruh Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Xiaomi Note 2 di Yogyakarta. Kedua, diduga Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Xiaomi Note 2 di Yogyakarta. Ketiga, diduga variabel-variabel Pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Xiaomi Note 2 di Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil dari analisis statistik tersebut menunjukkan bahwa komponen variabel Pengaruh Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Xiaomi Note 2 di Yogyakarta. Dan dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas yang di berikan oleh Xiaomi Note 2 sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna Smartphone.

Kata kunci : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat beli Xiaomi Note 2

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dewasa ini semakin meningkat, berbagai teknologi baru diciptakan, termasuk teknologi telekomunikasi. Teknologi komunikasi dikembangkan tidak hanya untuk keperluan berkomunikasi, tetapi juga untuk keperluan aktualisasi diri. Smartphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun, banyaknya merek-merek baru yang bermunculan di dunia persaingan telpon seluler yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka. Produsen dituntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk, tetapi juga harus bisa memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Kebutuhan akan *gadget* yang bisa mengerjakan segala hal menggantikan fungsi komputer mulai dari komunikasi, *push email*, belanja *online*, *browsing*, bahkan sekedar *update* status di media sosial. Produsen harus dapat menyediakan fungsi-fungsi tersebut jika ingin bersaing, dengan memahami perilaku konsumen maka produsen dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumen melalui kualitas produknya.

Perusahaan harus mampu membaca apa yang diinginkan oleh konsumen sebelum mereka memproduksi produk mereka agar produk yang telah diproduksi tersebut diminati oleh banyak konsumen dan mereka memutuskan untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Perilaku konsumen menurut Solomon (2007) dalam Dwiastuti, Shinta dan Isaskar (2012) Studi Perilaku Konsumen merupakan proses ketika individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau membuang produk, pelayanan, ide dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhannya. *Handphone* berjenis *smartphone* sekarang ini bukan hanya sebagai penunjang kebutuhan berkomunikasi saja, banyak fungsi lain yang lebih menarik yang didapat dari perangkat *smartphone*, seperti untuk keperluan permainan, jelajah internet, keperluan bisnis, dan masih banyak lagi fungsi lainnya dengan banyaknya dukungan dari pengembang aplikasi *smartphone*.

Kemunculan Operasi Sistem Android menandai awal mula merebaknya perangkat *smartphone*. Sebelumnya perangkat *smartphone* dikuasai oleh, Nokia (Symbian), Blackberry dan, *Smartphone* berbasis *Windows*, yang menawarkan fitur-fitur canggih. Kelemahan *smartphone* dahulu adalah harganya yang relatif mahal dan tidak sebanding dengan fitur yang ditawarkan, sehingga tidak bisa berkembang pesat di pasaran. Melihat respon yang sangat tinggi akan permintaan dan penggunaan *smartphone* yang semakin berkembang *handphone* pabrikan China

bernama Xiaomi meluncurkan produk *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan *smartphone* dengan harga yang murah.

Mengapa memilih produk Xiaomi dalam penelitian ini, karena Xiaomi adalah salah satu perusahaan raksasa dari China yang bergerak dalam bidang IT. Xiaomi selalu memberikan gebrakan-gebrakan dalam produknya, sampai saat ini Xiaomi selalu beranjak dalam peringkat penjualan setiap tahunnya News.Hargatop.com (2014). Sampai saat ini saja Xiaomi sudah berada dalam peringkat 5 dimana penjualan Xiaomi menembus 61 juta unit.

Tabel 1.1
Top Brand Smartphone 2015

Vendor Smartphone (total penjualan dalam juta unit)	Q4 '14	2014	Q4 '15	2015
Samsung	74.5	317.2	81.3	319.7
Apple	74.5	192.7	74.8	231.5
Huawei	24.1	74.1	32.6	107.1
Lenovo-Motorola	24.7	92.7	20.2	73.9
Xiaomi	17.0	61.1	19.5	72.0
Lain	165.3	545.7	176.1	637.5
Total	380.1	1283.5	404.5	1441.7

Data ini di ambil tahun 2015 dalam News.Hargatop.com (2014)

Mengapa Xiaomi menarik untuk di teliti, walaupun Xiaomi hanya berada di posisi 5 dalam penjualan karena Xiaomi tetap dapat menunjukkan bahwa mereka adalah salah satu raksasa gadget dan menunjukkan peningkatan penjualan pada tiap tahunnya sampai saat ini. Di buktikan dalam Liputan6.com, Jakarta - The new rising star asal Tiongkok, Xiaomi, akhirnya merilis angka penjualan smartphone ciptaannya sepanjang 2015. Dalam sebuah pernyataan yang dikutip dari Tech Crunch, Sabtu (16/1/2016), Xiaomi mengatakan bahwa pihaknya menjual lebih dari 70 juta *smartphone* sepanjang 2015. Angka tersebut menunjukkan sebuah peningkatan 15 persen jika dibandingkan dengan angka penjualan pada 2014 yang mencapai 61 juta.

Mengapa harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi dalam minat beli karena jika harga dan kualitas produk yang di tawarkan oleh suatu vendor dapat membuat orang tertarik maka orang mempunyai minat untuk membeli produk tersebut. Termasuk produk Xiaomi, jika Xiaomi dapat memberikan kualitas produk yang terbaik dengan harga yang dapat di jangkau oleh banyak orang maka orang-orang akan tertarik untuk membeli produk Xiaomi.

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli adalah kualitas produk. Kualitas produk saat ini sangat diperhatikan oleh konsumen. Konsumen menginginkan kualitas produk yang terbaik pada produk-produk yang telah dibeli. Menurut Kotler (2007) dalam Himawan (2016) arti dari kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang

berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Dengan apa yang disajikan oleh Xiaomi dengan kelebihan-kelebihan yang di berikan menunjukkan kualitas yang di berikan oleh Xiaomi sangatlah dapat bersaing dengan produk-produk terkemuka lainnya seperti Iphone, Samsung, Sony dan lainnya. Dengan begitu konsumen tertarik untuk menggunakan *smartphone* Xiaomi karena memiliki kualitas yang bagus dan menarik.

Xiaomi sendiri sebagai *brand handphone* baru di pasar telah menjadi salah satu raksasa *handphone* didunia saat ini karena kekuatannya dalam memanjakan pengguna *handphone* di dunia. Xiaomi dapat menekan harga dalam produksi tanpa mengurangi kualitas yang diberikan sehingga Xiaomi dapat bersaing dengan merek yang ada dipasaran seperti Samsung hingga Iphone.

Harga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi minat konsumen terhadap barang kebutuhan. Harga bagi konsumen adalah biaya untuk mendapatkan produk- produk yang dibutuhkan (Sumarawan, 2008) dalam Ma'munah (2017). Harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Sebagian besar konsumen menginginkan harga yang terjangkau dengan kualitas barang yang baik untuk setiap produk yang dikonsumsinya. Hal inilah yang menjadikan

harga adalah sebuah faktor dominan dalam pelaksanaan bisnis ritel. Pada dasarnya harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan ketetapan dari produsen, namun perusahaan juga harus mempertimbangkan tentang nilai, kualitas produk, manfaat, serta harga yang kompetitif sehingga mampu bersaing dengan produk lain yang dijual oleh perusahaan pesaing. Hal tersebut merupakan salah satu daya tarik tersendiri bagi konsumen yang nantinya akan melakukan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini di beri judul “ Pengaruh Harga dan Kualitas Produk dalam Minat Pembelian Xiaomi Note 2 di Yogyakarta”

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap minat beli Xiaomi Note 2?
- b. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Xiaomi Note 2?
- c. Bagaimanakah harga dan kualitas produk terhadap minat beli Xiaomi Note 2?

1.3 Tujuan Penulisan

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli Xiaomi Note 2.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Xiaomi Note 2
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli Xiaomi Note 2

1.4 Manfaat penulisan

Dalam penelitian ini harapannya akan bermanfaat untuk beberapa pihak

1. Bagi perusahaan

Harapannya dari penelitian ini akan memberikan pandangan kepada perusahaan dalam pengembangan pemasaran produk di masyarakat dan nantinya perusahaan dapat lebih mudah mengembangkan sasaran pasar di daerah yang diinginkan.

2. Bagi akademik

Penelitian ini di harapkan nantinya bisa menambah dan memberikan sumbangan untuk memperkaya kajian-kajian yang terkait mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan minat pembelian dalam pemasaran di bidang barang.

3. Bagi peneliti

Sebagai sarana menambah wawasan di bidang penelitian dan dapat memperkaya informasi di bidang pemasaran di bidang produk.

1.5 Batasan Masalah

Untuk mempermudah dalam penelitian maka ruang lingkup penelitian harus di batasi supaya tetap dalam penelitian yang seharusnya.

- a. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat umum yang menggunakan *handphone* Xiaomi Note 2.
- b. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang menggunakan produk yang diteliti dengan jumlah responden

sebanyak 120 orang yang akhirnya akan 100 data responden saja yang di teliti. Karena 20 data yang dipakai di gunakan sebagai data cadangan apabila yang 100 mengalami masalah.

- c. Variabel-variabel yang di teliti adalah harga, kualitas produk, dan minat pembelian.

©UKDW

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap minat pembelian produk Xiaomi note 2 di Yogyakarta. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 120 responden yang merupakan masyarakat yang menggunakan *smartphone* di Yogyakarta namun karena terdapat 20 data cadangan responden yang tidak valid maka saya hanya menggunakan 100 data responden saja. Penelitian ini dilaksanakan selama bulan Oktober 2016-April 2017. dan didapat kesimpulan sebagai berikut:

A. Analisis Karakteristik Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 51 responden (51%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 26-35 tahun dengan jumlah 49 responden (49%)
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dengan jumlah 31 responden (31%)
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pengeluaran sebesar Rp 2.250.001 – 3.000.000 dengan jumlah 43 responden (43%)

B. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk Xiaomi Note 2 di Yogyakarta. dengan tingkat signifikansi yaitu $0,047 > 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian ditolak.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk Xiaomi Note 2 di Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu $0,000 \geq 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini menyesuaikan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan oleh penulis.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Yogyakarta saja serta memiliki keterbatasan responden 100 responden saja yang di gunakan yang merupakan masyarakat pengguna *smartphone*.

5.3. Saran

5.3.1. Saran berdasarkan hasil penelitian untuk dan konsumensmartphone

Penelitian ini dapat dijadikan informasi dan menambah pengetahuan mengenai penilaian atau preferensi konsumen dan mengenai harga, kualitas produk dan pengaruh keduanya terhadap minat untuk membeli produk *Smartphone* Xiaomi Note 2

5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik, yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
2. Pada penelitian yang akan datang diharapkan peneliti melakukan studi terhadap produk Xiaomi lebih mendalam seperti menambahkan variabel-variabel yang lebih banyak.
3. Wilayah dan skala penelitian pada penelitian selanjutnya dapat diperbesar dan diperluas misalnya mencakup wilayah Jawa Tengah bahkan seluruh Indonesia

Daftar Pustaka

- Agustina, Vina. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus". Semarang: Universitas Diponegoro. 2012
- Alfatris, TD.dan Mahmud."Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Minat Beli K-Pop (*Korean Pop*) Album dengan Sistem Pre Order secara Online". Semarang: Studi Pada *Online Shop Kordo Day Sho*
- Annafik, AF. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha". Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.2012
- Bachriansyah, RA."Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang) ". Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro. 2011
- Baedowi za, MM."Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga Dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Rokok Djarum Super". Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro. 2012
- Dwiastuti, Shinta, Isaskar. "Perpustakaan Nasional Katalog dalam Terbitan (KDT), Ilmu Prilaku Konsumen". Malang: UB press. 2012
- Evelina, Handoyo, dan Listyorini." Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi". Semarang:Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. 2012
- Fathurahman,M dan Haerudin."Pemodelan Regresi Linier untuk Data Deret Waktu". Samarinda:Program Studi Statistika FMIPA Universitas Mulawarman Samarinda.2011
- Favian, FF. "Pengaruh kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Promosi Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung". Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro. 2015
- Fure, Hendra."Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca". Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado
- Ghozali, Imam. 2011." Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19". Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hermayanti, WN., Abidin, Zainal., Santoso, Hurip. "Analisis Daya Saing Usaha Tani Kelapa Sawit Di Kecamatan Waway Karya Kabupaten Lampung Timur". Lampung: Universitas Lampung. 2013
- Himawan, AH. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , Dan Promosi Terhadap Minat Beli *Notebook Acer*". Skripsi. Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta. 2015

- Lestari, Desi. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja Di Supermarket Carrefour Yogyakarta". Skripsi.Yogyakarta: Universitas Kristen Duta Wacana. 2015
- Martono, Moh. dan Ariani, SS. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan". Surabaya : Universitas Negeri Surabaya. 2014
- Ma'munah,SU."Analisa Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen Retail". Solo: Universitas Muhamadiyah Surakarta. 2017.
- Prawira, Bayu. Dan Yasa,NNK."Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar". Bali: Universitas Udayana.
- Rizky, MF. dan Yasin, Hanifa. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Naila Adi Kurnia Sei Mencirim Medan". Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 14. 2014
- Sudaryana, Arif." Memahami Motivasi dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen". Yogyakarta: Universitas PGRI. 2014
- Suroso,MS."Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Handphone Nokia Di Sidoarjo".Skripsi. Jawa Timur: Universitas Pembangunan Nasional"Veteran".2012
- Sutrisni."Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitaa Pelangan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang". Skripsi.Semarang: Universitas Diponegoro. 2010
- Wardani, HS. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang". Skripsi. Semarang:Universitas Islam Negeri Walisongo. 2015
-<http://tekno.liputan6.com/read/2412862/ini-angka-penjualan-smartphone-xiaomi-di-2015>
-<https://news.hargatop.com/2015/01/31/xiaomi-duduki-peringkat-5-di-kuartal-terakhir-2014/4110368.html>
-<http://adityolaksono26.blogspot.co.id/2015/03/pengertian-minat-beli-dan-faktor-faktor.html>
-<https://metlitblog.wordpress.com/2016/11/25/pengertian-analisis-data-menurut-ahli/>
-<https://bonteng.wordpress.com/2009/11/16/atribut-produk/>
-<http://antrabbie.blogspot.sg/2011/08/diferensiasi-produk.html>