

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU NIKE DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI



OLEH:

Nama : Bobby Anggri

NIM : 21 2012 294

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2017

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU NIKE DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



OLEH :

Nama : Bobby Anggri
NIM : 21 2012 294

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2017

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

Nama : **BOBY ANGGRI**
NIM : **21.2012.294**
Fakultas : **EKONOMI DAN BISNIS**
Mata Kuliah Pokok : **PEMASARAN**

**Diterima dan Disahkan
Pada tanggal**
Pembimbing

Hj.Zuhriyah.S.E.,M.Si
NIDN :00148105606

Mengetahui

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



(Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si)
NIDN/NMB : 0216057001/ 673.839

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bobby Anggri

NIM : 21 2012294

Jurusan : Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, Januari 2017

Penulis



Bobby Anggri

MOTTO :

"Jadilah seperti karang dilautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanya sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan dimanapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon."

"Sahabat sejati adalah mereka yang mengerti masa lalu kamu, percaya dengan masa depanmu, dan mereka yang menerima kamu apa adanya"

"Jadi diri sendiri, cari jati diri, dan dapatkan hidup yang mandiri "

*Terucap syukur kepadamu
Ya Allah.....*

Skripsi kupersembahkan kepada

- *Ayahanda dan Ibunda tercinta (H. Ali ridam dan Hj. Cikdap)*
- *Saudara perempuan ku (H. Rypaini S.H dan Rja harmonis s.fut)*
- *Bapak / Ibu Dosen, Guru serta Semua Orang yang Mendidik dan Menasehatiku.*
- *Sahabat-sahabat Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP angkatan 2012*
- *Almamaterku*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Alhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel yaitu sprodok, dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu nike di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, terdapat 9 indikator dengan 96 sampel. Pada tehnik analisis penulis menggunakan tehnik regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi.21.0.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada ayahanda H. ALI RIDAM dan Ibunda Hj. Cikdap tercinta. Mereka adalah orang yang telah banyak berjasa dan menyayangi penulis dengan tulus. “ *Wahai Tuhanku, kasihilah keduanya, sebagaimana mereka mengasihi aku sejak kecil*”. Kakakku Hj. Rupaini dan Ria harmonis serta lima keponakanku tersayang.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kelemahan yang terdapat didalamnya baik isi ataupun penyajian, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta informasi yang didapatkan penulis.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Fauzi Ridwan, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si. Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Diah Isnaini, SE., M.Si Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Hj. Zuhriyah. SE., M.Si selaku Pembimbing penelitian yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat di selesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Pimpinan dan Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memberikan izin penulis melakukan penelitian dan membantu memberikan saran kepada penulis..

7. Keluarga Besarku tercinta yang telah memberikan do'a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
8. Keluarga besar paket 07 yang telah membuat hari-hari penulis sangat indah di bangku perkuliahan.
9. Teman seperjuangan di fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2012 terima kasih buat bantuan dan dukungannya
10. Sahabat tercint anak Sigmasisda, sahabat kost 23 terimakasih atas semangatnya terkusus untuk Aniar ookta rina
11. Keluarga besar KKN Posko 506 serta keluarga besar di tanggo takat Kel.11 ulu terima kasih buat kebaikannya selama KKN.

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat, bagi Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pada khususnya dan untuk semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan dalam penulisan penelitian ini. Semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, Januari 2017

Penulis

(BobbyAnggri)

b) Visi, Misi Serta Tujuan.....	42
3. Karakteristik responden.....	43
B. Pembahasan Hasil Penelitian	45

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	58
B. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1	23
Tabel IV.1	36
Tabel IV.2	37
Tabel IV.3	38
Tabel IV.4	39
Tabel IV.5	43
Tabel IV.6	44
Tabel IV.7.....	44
Tabel IV.8	45
Tabel IV.9	46
Tabel IV.10	47
Tabel IV.11	47
Tabel IV.12	48
Tabel IV.13	49
Tabel IV.14	50
Tabel IV.15	51
Tabel IV.16	51
Tabel IV.17.....	52
Tabel IV.18	53
Tabel IV.19	54
Tabel IV.20	55
Tabel IV.21	56

Daftar Lampiran

Lampiran 1	Form Kuisisioner Pendahuluan Penelitian
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Pendahuluan
Lampiran 3	Form Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Uji Validitas
Lampiran 5	Uji Realibility
Lampiran 6	Nilai perhitungan hasil kuesioner
Lampiran 7	Jadwal penelitian

ABSTRAK

BobyAnggri/21 2012 294/2016/ Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang/SumberDayaManusia

Rumusan-rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatunike di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Lokasi penelitian ini bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, Jl. Ahmad Yani 13 Ulu Palembang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang, dengan tehnik analisis random sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Tehnik analisis menggunakan regresi linier berganda, uji F (simultan) dan uji t (parsial).

Hasil pengujian yang telah dilakukan dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil perhitungan regresi linier berganda yang didapat $Y=0,877+0,629X_1+0,797X_2$, untuk uji F didapat $F_{hitung} (35,778) > F_{tabel} (3,20)$, artinya ada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu nike di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. untuk uji t Variabel produk (X_1) diperoleh $t_{hitung} (5,423) > t_{tabel} (2,011)$, artinya produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Uji t variabel harga (X_2) diperoleh $t_{hitung} (6,872) > t_{tabel} (2,011)$, artinya harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian..

Kata Kunci : Produk, Harga dan keputusan Pembelian

ABSTRACT

BobyAnggri / 21 2012 294 /, 2016 / The Influence of Product and Price toward Buying Decision on Nike Shoes to the Students of Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang / Human Resources

This research is formulated whether or not there was significant influence product and price toward buying decision on Nike Shoes to the Students of Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang. The type of this research was an associative research. The research location was at Faculty of Economic and Business, University of Muhammadiyah Palembang, located on Ahmad Yani street 13 Ulu Palembang. There were 96 respondents as samples, and got through random sampling technique. The data used were primary data and secondary data. The technique of collecting the data was through through questionnaires and documentation. This research was a qualitative-quantitative analysis. The technique of collecting the data was using multiple linear regression analysis, Ftest (simultaneously) and Ttest (partially).

The results of the testing through multiple linear regression calculation with equation results $Y = 0,877 + 0,629X1 + 0,797X2$, for the Ftest, it was obtained Fcount was $35.778 > Ftable (3.20)$, which means that there was significant influence of product and price Nike shoes buying decision among students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang. Ttest on product (X1), it was obtained Tcount was $5.423 > Ttable (2.011)$, which means that product had partial influence toward buying decision. Ttest on rates (X2), it was obtained Tcount was $6.872 > Ttable (2.011)$, which means that price had partial influence toward buying decision.

Keywords: Product, Price and Buying Decisions

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman dan semakin meningkatnya pembelian sepatu *Nike*. Bahkan pengusaha asing bergerak di bidang fasion sangat tertarik untuk mendistribusikan atau mengimpor merek sepatu *Nike* untuk masuk pasar Indonesia.

Tapi di era globalisasi saat ini sering yang terjadi banyak kesamaan dari merek bahkan bentuk untuk meniru sepatu *Nike* pada saat ini, perusahaan Sepatu *Nike* sendiri dengan adanya kesamaan terjadi ini membuat produk sepatu *Nike* pintarnya lebih menarik lagi dan meningkatkan lagi dari segi kualitas barang yang ada di sepatu *Nike*, agar tidak kalah dari merek sepatu peniru lainnya.

Perusahaan sangat penting memahami dan mengetahui perilaku konsumen karena konsumen adalah objek yang menikmati produk yang ditawarkan, sebagai individu yang berbentuk watak dan karakter tentunya setiap konsumen mempunyai pilihan yang berbeda. Memahami perilaku konsumen merupakan syarat mutlak syah agar suatu perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

Perusahaan asing yang bergerak di bidang fasion merupakan salah satu produsen sepatu yang menjadi jangkauan pemasran diseluruh wilayah Indonesia dibantu memasarkan produk-produk merek sepatu yang terkenal

merupakan pertimbangan bagi konsumen untuk memilih sepatu merek *Nike* sebagai pemakaian sehari-hari. Umumnya konsumen membeli suatu sepatu *Nike* bukanlah sekedar untuk memiliki, tetapi seseorang melakukan pembelian sepatu *Nike* dipergunakan untuk memuaskan keinginan seperti sebagai sarana gaya antara manusia, dan juga konsumen membeli sepatu *Nike* ini dari segi produknya yang tidak mudah rusak, seiring perubahan zaman dan kemajuan fasion di dunia, sehingga apabila mereka telah mendapatkan nilai kepuasan terhadap barang tersebut besar kemungkinan mereka akan melakukan pembelian kembali. Dalam melakukan pembelian, konsumen melihat di dalam memilih produk berdasarkan kualitas, merek, kemasan, dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan sehingga produk tersebut diminati oleh konsumen. Untuk menghadapi persaingan, produsen selalu menciptakan penemuan-penemuan baru yang disesuaikan dengan perkembangan zaman keinginan dari masyarakat agar produknya tetap laku. Seperti dengan menggunakan bermacam model atau bentuk sepatu yang menunjang seorang untuk lebih eksis di dunia fasion serta menghasilkan kualitas yang baik. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu upaya daya beli masyarakat dan sikap konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan.

Sepatu *Nike* memiliki beberapa keunggulan, yaitu : Lidah sepatu yang lebih nyaman, lidah sepatu *Nike* terbuat dari kanva, banyak pemakai sepatu ini terkadang bergeser ketika digunakan, di versi ini sudah tidak akan terjadi

seperti itu, karena *Nike* menggunakan *non-slip quasseted tongue*, *Sockliner* dengan teknologi, dijamin lebih nyaman.

Nike memang bukan sepatu yang dirancang untuk berlari, tapi ada salah satu desain barunya dijamin bakal nyaman dan nggak akan luka kalau dipakai lari karena memakai sockliner Nike Lunarlon. Dengan teknologi ini, dijamin sepatu tersebut bakal lebih lembut, nyaman, dan juga ringan. Sedikit *suede* di pinggir sepatu. Dengan *perforated micro suede liner*, sepatu ini bakal berasa lebih adem. Yang tidak Cuma gaya, tapi juga enak digunakan.

Berdasarkan sampel sebanyak 30 mahasiswa secara acak, dari 30 mahasiswa tersebut 26 menyukai sepatu *Nike* dan 4 tidak menyukai sepatu *Nike*. Selain masalah produk yang berkualitas faktor yang tidak kalah penting membuat mahasiswa melakukan pembelian sepatu *Nike* adalah masalah harga dimana sepatu *Nike* menawarkan harga yang cukup terjangkau bagi kalangan mahasiswa disamping kualitas yang nyaman dirasakan, sepatu *Nike* juga sering melakukan potongan harga yang membuat konsumen menjadikan sepatu *Nike* menjadi pilihan utama. Sehingga penelitian sementara yang saya lakukan di sini ternyata lebih banyak mahasiswa yang memakai sepatu *Nike* di bandingkan yang tidak memakai sepatu *Nike*. Mereka memilih sepatu *Nike* dengan pandangan mereka sendiri baik dari segi merek, kualitas maupun gaya hidup.

Pentingnya masalah daya tarik masyarakat dan sikap dalam pembelian, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **Pengaruh Produk dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Sepatu Nike di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adakah pengaruh Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian sepatu *Nike* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk mengetahui adanya pengaruh produk dan Harga terhadap keputusan pembelian sepatu *Nike* dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak sebagai berikut :

1. Untuk Penulis

Mengetahui praktek dan teori yang telah di peroleh selama survey khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Untuk Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai rekomendasi bagi perusahaan untuk mengetahui pengaruh Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian sepatu *nike*.

3. Untuk Almamater

Dengan adanya penelitian ini dapat di jadikan sebagai referensi dan bacaan bagi mahasiswa-mahasiwa untuk di jadikan bahan acuan dan perbanding bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Kus Adi (2012). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di indomart*. Sidoarjo.
- Hendra Fure (2013). *Harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian dilakukan dipasar tradisional sehat celaca 6*. Manado : Universitas Sam Ratulangi
Manado
- Fifyanita Ghanimata (2012). *Pengaruh harga lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian bandeng juana toko erlina*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Keller, (2012). *manajemen pemasaran* Edisi ke 12, jilid 1, Jakarta : penerbit Erlangga.
- Kotler, Amstrong (2011). *Prinsip-prinsip pemasaran* Edisi ke 12, jilid 1, Jakarta : penerbit Erlangga.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 15. Bandung : alfabeta.
- Sugiono, (2009). *Metode penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : alfabeta.
- Schiffman & Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta : Penerbit PT.Indeks.
- Okta, Dkk.(2014). *Pedoman Penulisan dan Usulan Penelitian dan Skripsi*, Cetakan keempat.
Palembang : Universitas Muhammadiyah Palembang.