

**ANALISIS ATRIBUT PRODUK, INOVASI, PERAN QUALITY CONTROL DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI APPLE
HOUSE LAMPUNG PRINGSEWU**

Oleh

Eva Amalia

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU-LAMPUNG
TAHUN 2021**

ABSTRAK

EVA AMALIA, Analisis atribut produk, inovasi, peran *quality control* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *iPhone* di Apple House Lampung (Di bawah bimbingan Drs, M. Ali Khan, M.M. sebagai pembimbing utama dan Arohman, S.E., M.M. sebagai pembimbing pembantu), terdapat xv + 81 halaman + 55 lampiran.

Keputusan pembelian mengarah pada suatu proses tindakan yang dilakukan oleh konsumen ketika hendak melakukan pembelian suatu produk. Dalam mengambil keputusan pembelian, Konsumen akan di pengaruhi oleh banyak hal, diantaranya atribut produk, inovasi, peran *quality control* dan kualitas produk.

Masalah dalam penelitian ini adalah selama tahun 2020, gerai Apple House Lampung, mengalami kenaikan penjualan. Kenaikan ini perlu di percepat dengan strategi yang lebih baik.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian *iPhone*, pengaruh inovasi terhadap keputusan pembelian *iPhone*, pengaruh *quality control* terhadap keputusan pembelian *iPhone*, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *iPhone*, dan pengaruh atribut produk, Inovasi, Peran Quality Control dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *iPhone*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif Pengumpulan data menggunakan observasi, angket dan dokumentasi. Analisis data menggunakan SPSS dengan uji t, uji F dan koefisien korelasi.

Berdasarkan hasil analisa dengan uji t parsial , Atribut produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 9.297 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,932. maka atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Untuk (X_2), Inovasi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0.513 lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1,932. maka Inovasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk (X_3), Quality control, nilai t_{hitung} sebesar 0.658 lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1,932. maka *quality control* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan Untuk (X_4), kualitas produk, nilai t_{hitung} sebesar 2.804 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,932.maka kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji F, disimpulkan bahwa ada pengaruh antara variabel atribut produk, inovasi, *quality control* dan kualitas produk secara bersama sama terhadap keputusan pembelian *iPhone*

Koefisien determinasi sebesar 72%. nilai ini masuk dalam kategori kuat. Hanya 28% dari keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh variabel lain

Kata kunci : Keputusan pembelian, Atribut produk, Inovasi, Peran *Quality Control*, Kualitas produk

ABSTRACT

EVA AMALIA, Analysis of product attributes, innovation, the role of quality control and product quality on iPhone purchasing decisions at Apple House Lampung (Under the guidance of Drs, M. Ali Khan, MM as the main supervisor and Arohman, SE, MM as assistant supervisor), there are xv + 82 pages + 55 attachments.

Purchasing decisions lead to a process of actions taken by consumers when they want to buy a product. In making purchasing decisions, consumers will be influenced by many things.

The problem in this study is that during 2020, Apple House Lampung outlets, experienced an increase in sales. This increase needs to be accelerated with a better strategy.

The purpose of this study was to determine the effect of product attributes, the effect of innovation, the effect of quality control and the effect of product quality on iPhone purchasing decisions, and the influence of product attributes, innovation, the role of quality control and product quality. on iPhone purchase decisions.

This study uses quantitative research methods. Data collection uses observation, questionnaires and documentation. Data analysis using SPSS with t test, F test and correlation coefficient.

Based on the results of the analysis with partial t-test, the product attribute has a tcount value of 9.297 which is greater than the t-table value of 1.932. then product attributes affect purchasing decisions, For (X2), Innovation has a tcount value of 0.513 which is smaller than a ttable value of 1.932. then Innovation has no effect on purchasing decisions. For (X3), Quality control, the tcount value of 0.658 is smaller than the ttable value of 1.932. then quality control has no effect on purchasing decisions and For (X4), product quality, the tcount value of 2.804 is greater than the ttable value of 1.932. Then product quality affects purchasing decisions.

Based on the results of the F test, it is concluded that there is an influence between the product attribute variables, innovation, quality control and product quality simultaneously on the iPhone purchase decision.

The coefficient of determination is 72%. This value is included in the strong category. Only 28% of purchasing decisions are influenced by other variables

Keywords: Purchase decision, product attributes, innovation, role of quality control, product quality

HALAMAN PERSETUJUAN

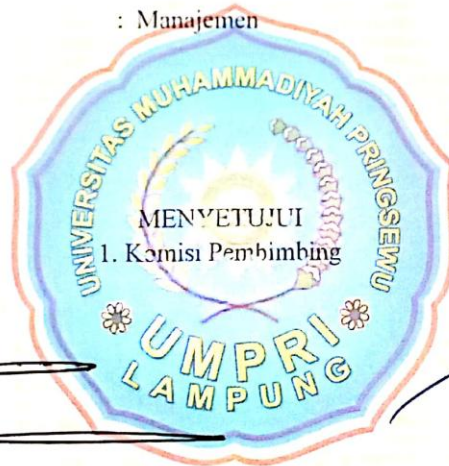
Judul Skripsi : ANALISIS ATRIBUT PRODUK, INOVASI, PERAN
QUALITY CONTROL DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
DI APPLE HOUSE LAMPUNG

Nama Mahasiswa : EVA AMALIA

No. Pokok Mahasiswa : 17010056

Konsentrasi : Pemasaran

Program Studi : Manajemen



Pembimbing I.

Drs. H. M. Ali Khan, M.M.
NIDN. 9902004812

Pembimbing II.

Arohman, S.E., M.M.
NIDN 0213048602

2. Ketua Program Studi Manajemen

Dewi Mariam Widiniarsih, S.E., M.M
NIDN. 0219088804

HALAMAN PENGESAHAN

1. Tim Penguji

Penguji Utama : Drs. H. Suminto Affandi, M.M.

Penguji I : Drs. H. M. Ali Khan, M.M.

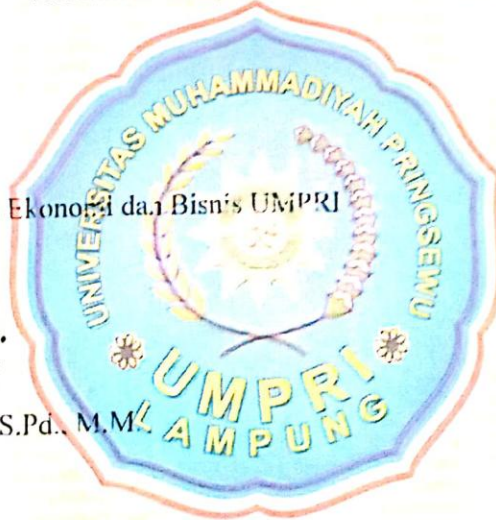
Penguji II : Arohman, S.E., M.M.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMPRI



Sapto Mulyono, S.Pd., M.M.
NBM. 672104



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Juli 2021

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

- Kedua orangtuaku tercinta Ibunda Sriyanah dan Ayahanda M.Hasyim yang senantiasa membimbing, memotivasi, serta mendoakan keberhasilanku.
- Kakakku Eka Ratnasari, Hastiana Dwi, dan Adikku Ayu, Alhasyi yang turut memberikan dukungan dan semangat demi selesainya studiku.
- *The person beside me* Edwin, teman-temanku Maharani dan Rani Rahma
- Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung
- *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for all doing this hard work. Thankyou for myself*

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”, “Dan Bersabarlah. Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar”

(QS Al Baqarah : 286)
(QS Al Anfaal : 46)

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Desa Waringinsari Barat Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu pada tanggal 04 November 1998. Penulis merupakan anak ketiga dari 5 bersaudara pasangan Bapak M. Hasyim dan Ibu Sriyanah.

Pendidikan yang pernah ditempuh :

1. TK Miftahul U'lum Waringinsari Barat, lulus pada tahun 2005
2. SD Muhammadiyah Waringinsari Barat, lulus pada tahun 2011
3. SMP N 3 Pringsewu, lulus pada tahun 2014
4. SMK Yadika Pagelaran , lulus pada tahun 2017
5. Tahun 2017 tercatat sebagai Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena rahmat dan karunia- Nya, Skripsi yang berjudul “Analisis Atribut Produk, Inovasi, Peran Quality Control dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Apple House Lampung“ dapat diselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat bagi pimpinan Apple House Lampung mengenai hal-hal yang dipertimbangkan customer dalam melakukan keputusan pembelian iPhone yang dapat dilakukan agar perusahaan terus berkembang. Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis dibimbing oleh dua pembimbing dan di bantu oleh beberapa dalam bentuk data, sarana, dan prasarana.

Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Drs. H. Wanawir Am, M.M., M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
2. Bapak Drs. Sapto Yuwono, S.Pd., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung
3. Ibu Dewi Mariam Widiniarsih, S.E., M.M. selaku Ketua Program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
4. Bapak Drs. H. M. Ali Khan, M.M selaku dosen Pembimbing satu yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan pengarahan selama penulisan skripsi ini.

5. Bapak Arohman, S.E, M.M selaku dosen Pembimbing dua yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan pengarahan selama penulisan skripsi ini
6. Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Bapak Iqbal Pratama M sebagai pimpinan Apple House Lampung

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat Penulis harapkan, dan akhirnya semoga tulisan yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Pringsewu, 17 Juli 2021
Penyusun,

Eva Amalia
NPM. 17010056

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Ruang Lingkup Penelitian	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
II. LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS	
A. Keputusan Pembelian	7
1. Pengertian Keputusan Pembelian	7
2. Tahapan Keputusan Pembelian	8
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	9
4. Indikator Keputusan Pembelian	10
B. Atribut Produk	11
1. Pengertian Atribut Produk	11
2. Unsur-unsur Atribut Produk	12
3. Dimensi Atribut Produk	13
4. Indikator Atribut Produk	14
C. Inovasi	15
1. Pengertian Inovasi	15
2. Macam-macam Inovasi	16
3. Dimensi Inovasi	18
4. Indikator Inovasi	19
D. Quality Control	20
1. Pengertian Quality Control	20
2. Tujuan Quality Control	20
3. Langkah-langkah Quality Control	22
4. Peran Quality Control	23
5. Indikator Quality Control	23

E.	Kualitas Produk	
1.	Pengertian Kualitas Produk	26
2.	Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	27
3.	Dimensi Kualitas Produk	27
4.	Indikator Kualitas Produk	28
E.	Kerangka Pikir	29
F.	Hipotesis	32
III.	METODE PENELITIAN	
A.	Metode Penelitian	33
B.	Definisi Operasional Variabel	34
C.	Metode Pengumpulan Data	37
D.	Instrumen Penelitian	38
1.	Kisi- Kisi Instrumen Penelitian	39
2.	Analisis Deskriptif	40
E.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	45
1.	Populasi	45
2.	Sampel	46
3.	Teknik Sampling	46
F.	Metode Analisis data	47
1.	Uji Instrumen Penelitian	47
a.	Uji Validitas	47
b.	Uji Realibilitas	48
2.	Analisis Statistik	49
a.	Analisis Regresi Berganda	49
3.	Analisis Uji Hipotesis	49
a.	Uji Parsial (Uji t)	50
b.	Uji Berganda (Uji F)	51
c.	Koefisien Determinasi	51
IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Situasi dan Kondisi Tempat Penelitian	53
1.	Sejarah Apple House Lampung	53
2.	Visi dan Misi	54
3.	Struktur Organisasi	55
B.	Pengumpulan dan Penyajian Data	55
1.	Pengumpulan data	55
a.	Angket/ Kuesioner	55
b.	Dokumentasi	56
2.	Penyajian Data	56
a.	Omset Penjualan	57
b.	Analisa Instrumen Penelitian	57
C.	Analisis Data	62
1.	Analisis Instrumen Penelitian	62

a. Uji Validitas	62
b. Uji Reliabilitas	66
2. Analisis Statistik	69
a. Analisis Regresi Berganda	69
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	70
a. Uji Parsial (Uji t)	70
b. Uji Berganda (Uji F)	74
c. Analisis Determinasi	75
D. Pembahasan Hasil Penelitian	76
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Panduan Dokumentasi	38
3.2 Kisi-kisi Kuesioner	39
3.3 Koefisien Korelasi	52
4.1 Hasil Dokumentasi	56
4.2 Tipe Smartphone yang terjual	57
4.3 Tanggapan Responden pada Variabel Atribut Produk	58
4.4 Tanggapan Responden pada Variabel Inovasi	59
4.5 Tanggapan Responden pada Variabel Quality Control	60
4.6 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	61
4.7 Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	62
4.8 Hasil Uji Validitas Tryout	64
4.9 Hasil Uji Reliabilitas Tryout	67
4.10 Hasil Analisis Regresi Berganda	69
4.11 Hasil Uji Nilai t	72
4.12 Hasil Uji Nilai F.....	75
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pikir Penelitian	43
4.1 Struktur Organisasi	55