KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kehadirat 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.

ARTCHITECT

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 nagi 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 *(Price)* 16
2.1.5 Perilaku Konsumen 18

ARCHITECT

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 TeknikPengumpulan 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 *(Methode of Successive Interval)* 54
3.7.4 Analisis Linier Berganda. 55
3.7.5 Koefisien Diterminasi. 56
3.7.6 Uji Pengaruh Simultan (F). 57

ARTCHITECT

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 *T-shirt* Artchitect Menurut Tanggapan Responden 72
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian. 75
4.3.1 Analisis Regresi Berganda 75
4.3.2 Pengujian Hipotesis. 77
4.3.3Koefisien 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

ARTCHITECT

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu. 24

Tabel 3.1 Variabel Operasional 40

Tabel 3.2 Katagori Interprestasi 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 *T-shirt* Artchitec. 66

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Harga *T-shirt* Artchitect. 70

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian *T-shirt* Artchitect 72

Tabel 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda. 75

Tabel 4.7 Pengujian F Hitung. 77

Tabel 4.8 Koefisien Determinasi 80

ARTCHITECT

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Artchitect 1
Gambar 1.2 Data Penjualan *T-shirt* 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 Interprestasi 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 *T-shirt* Artchitect Terhadap Garis Kuantum. 69
Gambar 4.6 Posisi Harga *T-shirt* Artchitect Terhadap Garis Kontinum. 71
Gambar 4.7 Posisi Keputusan Pembelian *T-shirt* Artchitect Terhadap Garis Kontinum. 74

ARTCHITECT

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuisioner..... 90

LAMPIRAN 2 Gambar Produk *T-shirt* Artchitect. 94

LAMPIRAN 3 Hasil Kuisioner..... 95

ARTCHITECT