



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO  
PADA MASYARAKAT DESA SIMPANG KUBU  
KECAMATAN KAMPAR**

**SKRIPSI**



**UIN SUSKA RIAU**

**OLEH :**

**MUHAMMAD RISMAN**

**NIM: 11371102793**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2020**

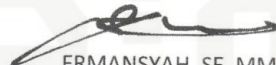
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MUHAMMAD RISMAN  
NIM : 11371102793  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN S1  
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
SEMESTER : 14 (EMPAT BELAS)  
JUDUL :PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO PADA MASYARAKAT DESA SIMPANG KUBU KECAMATAN KAMPAR

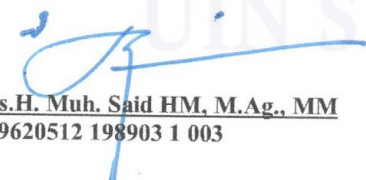
DISETUJUI OLEH  
PEMBIMBING



ERMANSYAH, SE, MM  
NIK: 130712070

MENGETAHUI

DEKAN



Dr. Drs.H. Muh. Said HM, M.Ag., MM  
NIP: 19620512 198903 1 003

KETUA PROGRAM STUDI



FAKHRURROZI, SE, MM  
NIP:19670725 200003 1 002

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**NAMA** : MUHAMMAD RISMAN  
**NIM** : 11371102793  
**KONSENTRASI** : PEMASARAN  
**PROGRAM STUDI** : S1 MANAJEMEN  
**FAKULTAS** : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
**SEMESTER** : 14 (EMPAT BELAS)  
**JUDUL** : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE OPPO PADA MASYARAKAT DESA  
SIMPANG KUBU KECAMATAN KAMPAR  
**TANGGAL UJIAN** : 15 JULI 2020

Disetujui Oleh :

KETUA PENGUJI



Fakhurrozi, SE, MM

Nip. 19670725 200003 1 002

Mengetahui :

PENGUJI I



Dr. Mahendra Romus, SP, M.Ec

NIP.19711119 200501 1 004

PENGUJI II



Muklis, SE, MM

NIP.19861126 201503 001 4

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO PADA MASYARAKAT DESA SIMPANG KUBU KECAMATAN KAMPAR**

**MUHAMMAD RISMAN**  
**NIM:11371102793**

Penelitian ini dilatar belakangi semakin berkembangnya industri telepon genggam atau smartphone dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Persaingan usaha membuat para pemasar harus mampu mengidentifikasi kebutuhan konsumen dengan baik. Smartphone Oppo adalah Salah satu smartphone yang berasal dari China yang mampu bersaing dalam pasar smartphone di Indonesia, smartphone Oppo menjadi salah satu penguasa pasar Smartphone di Indonesia dengan berbagai macam fitur menarik, kualitas produk yang bagus serta banyaknya promosi-promosi yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk dan promosi penjualan smartphone Oppo terhadap keputusan pembelian, studi kasus pada masyarakat desa simpang kubu kecamatan kampar . Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa simpang kubu kecamatan Kampar yang dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden, Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Masyarakat Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Promosi Penjualan Dan Keputusan Pembelian*



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

Assalamu‘alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan Alhamdulillahil‘alamin dan puji syukurkehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Masyarakat Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar”. Penyusunan skripsi ini merupakan langkah awal untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Program Studi Manajemen (S1), Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Saya sebagai penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta do‘a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya sebagai penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada orang tua saya, “Bapak idris” dan “Ibu Astuti”. Terima kasih atas do‘a, dorongan moril dan materil selama saya menempuh pendidikan sampai saat ini. Abang saya Ahmad Rias dan adik-adik saya terima kasih atas dukungan dan do’anya selama ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag.,M.Ag, sebagai rektor UIN Suska Riau, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menimba ilmu pengetahuan di Universitas tercinta ini.
3. Bapak Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Site Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
4. Bapak Fahru Rozi, SE, MM selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  5. Bapak Ermansyah, SE, MM selaku pembimbing Skripsi dan Pembimbing Proposal yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, perhatian dan saran-saran kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
  6. Ibu Yesi Nesneri, SE, M.M selaku penasehat akademis yang telah banyak membantu dalam memberikan sumbangan saran dan pemikiran dalam pengembangan ilmu dan pengetahuan saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis selama penulis dalam masa perkuliahan.
  8. Seluruh Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uiniversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan baik secara langsung maupun tidak langsung.
  9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Karena itu dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

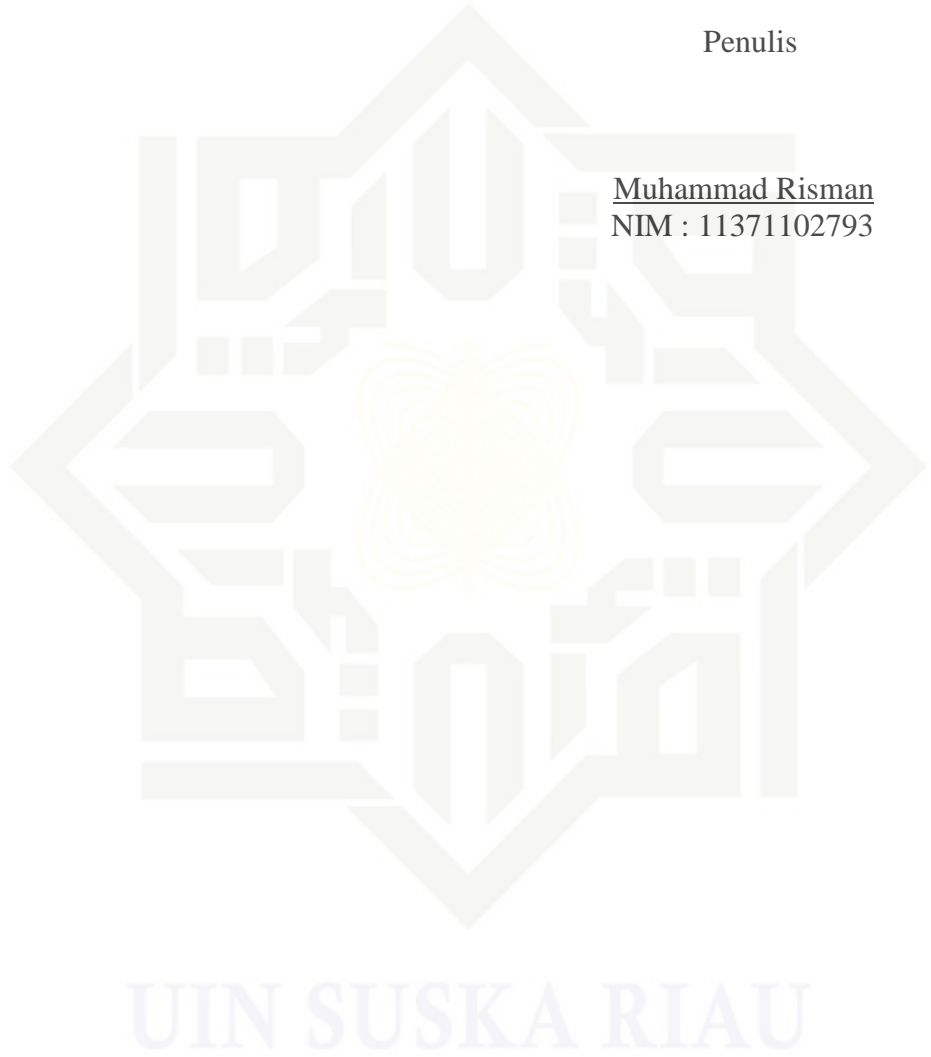
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jazakumullah khairan katsiron, semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin Ya Rabbal ,,alamin.  
Wassalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 1 Juli 2020

Penulis

Muhammad Risman  
NIM : 11371102793



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Keputusan Pembelian .....	9
2.2 Produk .....	15
2.3 Tingkatan Produk .....	16
2.4 Kualitas Produk .....	17
2.4.1 Indikator Kualitas Produk .....	18
2.5 Promosi Penjualan .....	20
2.6 Pandangan Islam .....	22
2.6.1 Makna umum ayat .....	24
2.7 Penelitian Terdahulu .....	26
2.8 Kerangka Pemikiran .....	27
2.8.1 Variabel Penelitian .....	27



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.8.2 Devinisi Operasional Variabel..... 28

2.9 Hipotesis .....30

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....31

3.2 Jenis dan Sumber Data.....31

3.3 Metode Pengumpulan Data.....32

3.4 Populasi dan Sampel .....33

3.4.1 Populasi ..... 33

3.4.2 Sampel ..... 33

3.5 Metode Analisis Data.....34

3.6 Teknik Skala Pengukuran .....35

3.7 Uji Kualitas Data.....36

3.7.1 Uji Validitas ..... 36

3.8 Uji Asumsi Klasik.....37

3.8.1 Uji Normalitas Data ..... 37

3.8.2 Uji Multikolinearitas..... 38

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas..... 38

3.9 Uji Regresi Berganda.....39

3.10 Uji Hipotesis .....39

3.10.1 Uji Secara Simultan (Uji F) ..... 40

3.10.2 Uji secara parsial (Uji t) ..... 40

3.10.3 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)..... 41

**BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN**

4.1 Letak Geografis Desa Simpang Kubu.....42

4.2 Keadaan dan Jumlah Penduduk .....44

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3 Agama .....	46
4.4 Perekonomian .....	47
4.5 Pendidikan.....	48

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

5.1 Analisis Deskriptif .....	51
5.1.1 Karakteristik Responden .....	51
5.1.2 Jawaban Responden .....	53
5.2 Uji Kualitas Data.....	55
5.2.1 Uji Validitas .....	55
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	57
5.3 Uji Asumsi Klasik.....	57
5.3.1 Uji Normalitas .....	57
5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	59
5.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	60
5.4 Uji Regresi Berganda.....	61
5.5 Uji Hipotesis .....	63
5.5.1 Uji t (Parsial).....	63
5.5.2 Uji F (Simultan).....	63
5.5.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	64
5.6 PEMBAHASAN.....	66
5.6.1 Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo .....	66
5.6.2 Promosi Penjualan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo .....	66

5.6.3 Kualitas produk dan promosi penjualan secara Simultan  
berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo ..... 67

**BAB VI PENUTUP**

6.1 Kesimpulan .....68  
6.2 Saran .....69

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR TABEL

Table 1 penelitian terdahulu .....	26
Table 2 Defenisi konsep operasional variabel.....	29
Table 3 nilai koefisien determinasi .....	41
Table 4 jumlah penduduk .....	45
Table 5 jumlah suku domo .....	45
Table 6 Jumlah sarana ibadah .....	46
Table 7 Mata pencaharian .....	48
Table 8 Jenjang Pendidikan.....	49
Table 9 Sarana Pendidikan .....	50
Table 10 responden berdasarkan jenis kelamin .....	51
Table 11 responden berdasarkan tingkat usia.....	52
Table 12 responden berdasarkan penghasilan perbulan.....	52
Table 13 responden berdasarkan pekerjaan .....	52
Table 14 tanggapan responden terhadap kualitas produk(x1).....	54
Table 15 tanggapan responden terhadap promosi penjualan (x2) .....	54
Table 16 tanggapan responden terhadap keputusan pembelian (y).....	55
Table 17 hasil uji validitas .....	56
Table 18 hasil uji reliabilitas.....	57
Table 19 hasil uji multikolinieritas.....	60
Table 20 hasil uji heteroskedastisitas .....	60
Table 21 hasil uji regresi berganda .....	61
Table 22 hasil uji t.....	63
Table 23 hasil uji f.....	64
Table 24 hasil koefisien determinasi.....	65

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Hak Cipta Dilindungi sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
1. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  2. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

gambar 1 kerangka pikiran.....	27
gambar 2 peta kabupaten kampar.....	43
gambar 3 hasil uji normalitas histogram.....	58
gambar 4 hasil uji normalitas p-plot.....	59



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia pada saat ini dipenuhi dengan berkembangnya industri telekomunikasi yang menjadi kebutuhan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Smartphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat. Banyak bermuncunya merek-merek baru yang ada di dunia persaingan Smartphone yang saling bersaing untuk menciptakan produk unggulan. Produsen diminta tidak hanya sekedar membuat produksi tetapi juga harus mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen. Perkembangan teknologi telekomunikasi di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini ditunjukkan dari jumlah pengguna smartphone yang terus meningkat. Tahun 2022, jumlah pengguna smartphone diprediksi mencapai 3,9 miliar pengguna, Tiongkok menjadi negara dengan jumlah pengguna smartphone terbesar dengan total 27% dari total pengguna smartphone dunia. (sumber: newzoo, 2019).

Masyarakat kita sangat haus akan browsing, chatting, bermain game, memutar video dan juga untuk bekerja serta belajar dengan menggunakan tablet atau smartphone. Internet juga sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu, karena dengan adanya internet, manusia memiliki banyak informasi. Internet juga bermanfaat untuk berbisnis, politik, ekonomi, dan bersosialisasi. Melalui internet banyak sarana yang menyediakan berbagai informasi, misalnya e-mail, e-learning, e-business, e-book, e-library, dan masih banyak lagi (kompasiana.com).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fenomena globalisasi dan modernisasi yang terjadi di dunia semakin tidak dapat dibendung lagi lajunya. Hal tersebut tanpa disadari memberikan perubahan yang sangat besar bagi kehidupan manusia. Segala macam kemudahan dan kecanggihan ditawarkan oleh sekian banyak produk di era modern ini. Produsen dari berbagai jenis sektor produk dan jasa berlomba-lomba dan berinovasi dan menawarkan hasil produknya demi memuaskan hasrat konsumen yang seakan tanpa lelah menuntut hal yang baru dari produk dan jasa yang dikonsumsinya. Salah satu bidang kehidupan manusia yang mengalami perubahan akibat fenomena globalisasi dan modernisasi ini adalah teknologi informasi dan komunikasi berupa smartphone yang pada penelitian ini yang saya bahas adalah smartphone merek OPPO.

Salah satu merek handphone yang berkembang di Indonesia baru-baru ini adalah Oppo Smartphone. Oppo adalah penyedia layanan elektronik dan teknologi global yang membawakan perangkat elektronik seluler terbaru dan tercanggih di lebih dari 20 negara, termasuk Amerika Serikat, China, Australia dan negara-negara lain di Eropa, Asia Tenggara, Asia Selatan, Timur Tengah dan Afrika. Oppo berusaha memberikan pengalaman menggunakan ponsel terbaik melalui desain yang cermat dan teknologi yang cerdas. (Oppo.com).

Melihat respon Mobile Smartphone sangat tinggi pada masyarakat disitulah yang membuat OPPO Electronic ikut meramaikan pasar Smartphone. Mungkin banyak masyarakat di Indonesia yang tidak tahu tentang Sejarah Perusahaan Oppo Electronic. OPPO Electronic Corp, Ltd berdiri pada tahun 2004 sebagai produsen elektronik yang beralamat di Dongguan, Guangdong, Negara China. Sebelum merambah ke teknologi Mobile smartphone, OPPO memproduksi peralatan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

elektronik seperti MP3 Player, LCD TV, Portable Media Player, DVD, e Book dan Disc Player. dan pada tahun 2008 Barulah OPPO mulai menggarap pasar Smartphone (Oppodigital.com)

Pada bulan April tahun 2013 OPPO untuk pertama kalinya menginjakkan kaki di pasar Indonesia secara resmi. Sebelum produknya di pasarkan ke Indonesia, OPPO terlebih dahulu melebarkan sayapnya ke beberapa negara seperti, Thailand, Vietnam, Rusia, America dan Qatar. Sejak saat itu OPPO terus melakukan promosi memperkenalkan kualitas brand nya melalui iklan Media Cetak, TV, Internet dll. Produk Unggulan Smartphone OPPO adalah Oppo seri Find 5, Find Way U7015, dan OPPO Find Piano. Pada tahun 2015 hingga 2016 Oppo mengeluarkan produk baru yang fenomenal yaitu Oppo F1 dan F1s mempunyai spesifikasi yang tinggi dengan harga \$270 (>Rp.3.500.000) (jatimtech.com) banyak peminat . Kisaran harga Smartphone OPPO yang beredar di pasar Indonesia mulai dari 2 juta hingga 6 juta. Untuk memuaskan konsumennya, OPPO Indonesia Electronics mempunyai Layanan Konsumen (Service Center) yang tersebar di beberapa kota yang ada di Indonesia.(Oppodigital.com).

smartphone Oppo tidak hanya mengandalkan promosi yang gencar tetapi juga mempunyai kualitas produk yang juga bagus, Kualitas produk merupakan pengertian kualitas yang berpusat pada konsumen sehingga dapat dikatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila produk atau pelayanan penjual telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Akan tetapi, suatu produk dengan



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan

Hal ini dilakukan dalam mengantisipasi para pesaing utama, di mana pesaing-pesaing tersebut juga mengeluarkan produk yang relatif sama yang juga memiliki keunggulan. Promosi penjualan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena promosi penjualan merupakan alat komunikasi antara produsen dan konsumen. Menurut Buchari Alma (2007:179), promosi penjualan merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi penjualan ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

Promosi penjualan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena promosi penjualan merupakan alat komunikasi antara produsen dan konsumen. Berkaitan dengan uraian tersebut, maka peneliti memilih judul

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO PADA MASYARAKAT DESA SIMPANG KUBU KECAMATAN KAMPAR”.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat di idetifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian smartphone merek oppo pada masyarakat desa simpang kubu kecamatan kampar?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian smartphone merek oppo pada masyarakat desa simpang kubu kecamatan kampar?
3. Apakah kualitas produk dan promosi penjualan secara Bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian smartphone merek oppo pada masyarakat desa simpang kubu kecamatan Kampar?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian smartphone merek oppo pada masyarakat Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan secara parsial terhadap keputusan pembelian smartphone merek oppo pada masyarakat Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar
3. Untuk mengetahui kualitas produk dan promosi penjualan secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

smartphone merek oppo pada masyarakat Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dilaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Penulis**

Penelitian ini merupakan wadah untuk mengembangkan wawasan, pengaplikasian ilmu-ilmu manajerial yang telah dipelajari selama masa perkuliahan serta untuk meningkatkan pengetahuan penulis

##### **2. Perusahaan**

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam keputusan pengambilan keputusan

##### **3. Akademis**

Universitas dapat menggunakan penelitian ini untuk menambah perbendaharaan perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam bidang Ekonomi Manajemen Pemasaran serta sebagai bahan referensi bagi penelitian lain yang berminat melakukan penelitian dibidang yang sama ataupun penelitian lanjutan.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB I**

**: PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan

**BAB II**

**: LANDASAN TEORI**

Bab landasan teori menguraikan tentang teori yang berkaitan dengan objek pembahasan, pandangan islam terhadap keputusan pembelian, penelitian terdahulu, variabel penelitian, kerangka pemikiran dan definisi konsep operasional penelitian serta hipotesis

**BAB III**

**: METODE PENELITIAN**

Bab metode penelitian menguraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel serta metode analisis data

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV**

**: GAMBARAN UMUM PENELITIAN**

Bab gambaran umum perusahaan mengemuka  
kan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur  
organisasi serta aktifitas perusahaan.

**BAB V**

**: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab hasil penelitian dan pembahasan  
mengemukan tentang pembahasan dan  
penelitian yang dilakukan

**BAB VI**

**: PENUTUP**

Bab penutup berisi kesimpulan dan  
pembahasan dan saran sumbangan pikiran.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Berikut ini merupakan beberapa definisi keputusan pembelian menurut para ahli. Menurut **Buchari Alma (2013:96)** mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

“Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan, process. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli”.

Menurut **Kotler & Armstrong (2016:177)** mendefinisikan keputusan pembelian sebagai berikut: *Consumer behavior is the study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants.* yang artinya Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka

Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (consumer behavior) sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian, **Kotler & Armstrong (2016:188)** mengemukakan keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

1. Pilihan produk Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.
2. Pilihan merek Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek nama yang akan dibeli setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.
3. Pilihan penyalur Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, keluasan tempat dan lainlain.
4. Waktu pembelian Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Jumlah pembelian Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda.

6. Metode pembayaran. Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa. Saat ini keputusan pembelian dipengaruhi oleh tidak hanya oleh aspek lingkungan dan keluarga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

Selain itu **Machfoedz (2013:44)**, mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Dari beberapa definisi di atas penulis menyimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu konsep dari perilaku konsumen baik individu, kelompok ataupun organisasi dalam melakukan penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada dan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Menurut **Kotler (2008:177)** menyatakan bahwa ada empat jenis perilaku keputusan pembelian, yaitu :

1. Perilaku pembelian kompleks

Konsumen melakukan perilaku pembelian kompleks (*complex buying behavior*) ketika mereka sangat terlibat dalam pembelian dan merasa ada perbedaan yang signifikan antar merek.

2. Perilaku pembelian pengurangan disonasi



Perilaku pembelian pengurangan disonasi (*dissonance-reducing buying behavior*) terjadi ketika konsumen sangat terlibat dalam pembelian yang mahal, jarang dilakukan atau beresiko, tetapi hanya melihat sedikit perbedaan antar merek.

### 3. Perilaku pembelian kebiasaan

Perilaku pembelian kebiasaan (*habitual buying behavior*) terjadi dalam keadaan keterlibatan konsumen rendah dan sedikit perbedaan merek.

### 4. Perilaku pembelian mencari keragaman

Konsumen melakukan perilaku pembelian mencari keragaman (*variety-seeking buying behavior*) dalam situasi yang mempunyai karakter keterlibatan konsumen rendah, tetapi anggapan perbedaan merek signifikan.

Dari pengertian dan jenis-jenis keputusan pembelian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan suatu keputusan konsumen untuk memilih merek dari produk sesuai kebutuhan dan keinginannya, yang terbagi kedalam beberapa jenis tingkatan perilaku pembelian itu sendiri. Dalam usaha mengenal konsume, perusahaan perlu mempelajari perilaku konsumen yang merupakan perwujudan dari seluruh jiwa manusia dalam kehidupan sehari-harinya. Persepsi-persepsi pengaruh orang lain dan motivasi-motivasi internal akan berinteraksi untuk menentukan keputusan terakhir yang dianggap paling sesuai.

Ada tiga aktivitas akan berlangsung dalam proses keputusan pembelian oleh konsumen , yaitu:

1. Rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian
2. Kualitas yang diperoleh dari suatu keputusan pembelian
3. Komitmen atau loyalitas konsumen untuk tidak akan mengganti keputusan yang sudah biasa dibeli dengan pesaing.

Menurut **Kotler dan Keller**,( **2009:184**) ada lima tahap dalam proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

#### 1. Pengenalan Masalah

Proses membeli dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan itu dapat digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar. Misalnya kebutuhan orang normal adalah haus dan lapar akan meningkat hingga mencapai suatu ambang rangsang dan berubah menjadi suatu dorongan berdasarkan pengalaman yang sudah ada. Seseorang telah belajar bagaimana mengatasi dorongan itu dan dia didorong kearah satu jenis objek yang diketahui akan memuaskan dorongan itu.

#### 2. Pencarian informasi

Konusmen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi, tambahan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi. Biasanya jumlah kegiatan mencari informasi meningkat tatkala konsumen bergerak dari

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keputusan situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang maksimal.

### 3. Evaluasi alternatif

Informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif yang dihadapinya serta daya tarik masing-masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk merek dan keputusan untuk membeli. Untuk menilai alternatif pilihan konsumen, terdapat lima konsep dasar yang dapat dipergunakan untuk membantu pemahaman proses evaluasi yaitu :

1. Kalau di asumsikan bahwa setiap konsumen memandangkan sebuah produk sebagai untai
2. Konsumen mungkin berbeda dalam memberikan bobot dan pentingnya ciri-ciri yang relevan
3. Konsumen mungkin mengembangkan suatu himpunan kepercayaan merek (asosiasi pencipta merek) mengenai dimana tiap merek itu berada pada tiap ciri
4. Konsumen dianggap memiliki fungsi utilitas untuk setiap ciri, fungsi utilitas menggambarkan bagaimana konsumen mengharuskan keputusan produk bervariasi menurut tingkat alternatif dari setiap ciri
5. Konsumen tiba pada sikap (preferensi, pertimbangan) ke arah alternatif merek melalui prosedur evaluasi tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Keputusan pembelian

Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

#### 5. Perilaku setelah pembelian

Apabila barang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen mendapatkan kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung untuk menjadi lebih kuat. Produsen harus mengurangi perasaan tidak senang atau perasaan negatif terhadap suatu produk dengan cara membantu konsumen menemukan informasi yang membenarkan pilihan konsumen melalui komunikasi yang diarahkan pada orang-orang yang baru saja membeli produknya.

## 2.2 Produk

Kegiatannya suatu perusahaan pasti memiliki produk tertentu yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Berikut adalah penjelasan lebih lengkap mengenai produk. Produk didefinisikan oleh **Kotler dan Armstrong (2014:248)** sebagai berikut : A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need. Arti dari definisi tersebut adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Definisi lain dikemukakan oleh **Fandy Tjiptono (2010:95)**, mengemukakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. **Menurut Buchari Alma (2011:139)** mendefinisikan produk sebagai berikut:

“Seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.” Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui bahwa produk (product) ialah suatu elemen penting yang dimiliki perusahaan untuk dijual langsung kepada ke konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

**2.3 Tingkatan Produk**

Perusahaan harus mengetahui beberapa tingkatan produk ketika akan mengembangkan produknya. Menurut Kotler dan Keller (2016:390) produk memiliki 5 tingkatan, diantaranya :

1. Core Benefit  
The service or benefit the customer is really buying.
2. Basic Product  
The marketer must turn the core benefit into a basic product.
3. Expected Product

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A set of attributes and conditions buyers normally expect when they purchase this product.

4. Augmented Product

The marketer prepares an augmented product that exceeds customer expectations.

5. Potential Product

Which encompasses all the possible augmentations and transformations the product or offering might undergo in the future.

Perusahaan harus memiliki keunggulan tersendiri dan nilai tambah atas produknya agar produknya memiliki keunikan dibandingkan dengan perusahaan lain. Sehingga konsumen akan tetap memilih produk perusahaan tersebut dibandingkan produk lain.

## 2.4 Kualitas Produk

**Menurut Kotler dan Amstrong (2012:283)** adalah “ *the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repaire and other valued attributes*”. Dengan arti kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya

Menurut Tjiptono (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

**Kotler & Keller (2009:143)** Mendefinisikan Kualitas Produk adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan sehingga menimbulkan keputusan untuk membeli. Berdasarkan definisi menurut para ahli, dapat di simpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu bentuk barang atau jasa yang di ukur dalam ketinggian standar mutu keandalan , keistimewaan tambahan ,kadar, rasa, serta fungsi kinerja dari produk tersebut yang dapat memenuhi ekspansi pelanggan

#### 2.4.1 Indikator Kualitas Produk

Adapun indicator Kualitas produk menurut Kotler dan keller (2009:148) antara lain adalah:

1. Fitur (fiture)

Produk yang ditawarkan mempunyai fitur atau keistimewaan yang berbedabeda dan melengkapi fungsi dasar produk. Upaya untuk menjadi yang pertama dalam mengenalkan fitur baru yang dianggap berharga merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk bersaing.

2. Kesan Kualitas/perceived quality

3. Ketahanan (Durability)

Pembeli mengharapkan beberapa produk mempunyai daya tahan yang normal dan atau berat. Produk yang mempunyai keunggulan pada daya tahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akan lebih menarik perhatian pelanggan untuk membayar lebih pada produk yang diharapkan.

4. Keandalan (Reability)

Pembeli juga akan membayar lebih untuk mendapatkan produk yang mempunyai keandalan. Keandalan adalah ukuran probabilitas bahwa produk tertentu tidak akan rusak atau gagal dalam periode waktu tertentu.

5. Mudah Diperbaiki (Repairability)

Pembeli memilih produk yang mudah diperbaiki, yaitu ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika rusak atau gagal. Pelanggan tertarik pada jenis produk yang mudah diperbaiki juga karena alasan efisiensi waktu dan biaya apabila bisa diperbaiki sendiri.

6. Rancangan (Design)

Rancangan menjadi salah satu potensi cara yang paling ampuh untuk mendiferensiasikan dan memposisikan produk dan jasa perusahaan. Rancangan juga merupakan faktor yang akan sering menjadi keunggulan perusahaan, yaitu sebagai totalitas fitur yang memengaruhi penampilan dan fungsi produk tertentu yang disyaratkan oleh pelanggan. Parameter rancangan adalah semua mutu bentuk, fitur, kinerja, kesesuaian, daya tahan, keandalan, kemudahan diperbaiki, dan gaya.

Seperti yang telah dikemukakan, langkah pertama dalam kegiatan pemasaran adalah meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, berapa jumlahnya, bagaimana daya belinya, dimana tempat konsumennya, dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berapa permintannya. Semuanya merupakan informasi penting bagi pemasaran produk baru.

Banyak cara untuk merekayasa produk barang dan jasa agar diminati oleh konsumen, antara lain:

1. Jenis-jenisnya diperbarui
2. Kualitasnya dibeda-bedakan dan ditingkatkan
3. Model dan desainnya bermacam-macam dan dibedakan
4. Kemasan, warna, bentuk, ukuran, standar, merek dibuat sedemikian rupa sehingga lebih menarik.

## 2.5 Promosi Penjualan

Pengertian promosi penjualan menurut **Kotler dan Armstrong (2014:501)** :

Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan dan untuk mencoba atau membeli suatu produk/jasa.

Alat-alat promosi penjualan menurut **Kotler dan Armstrong (2014:662)** :

1. Contoh produk (sample) adalah tawaran produk tertentu untuk percobaan.
2. Kemasan dengan harga potongan (price packs) adalah potongan harga yang ditandai oleh produsen secara langsung pada label atau kemasan. Ada yang berupa kemasan yang dijual dengan potongan harga (a reduced price packs).
3. Bingkisan (premiums) adalah barang yang ditawarkan gratis atau dengan harga murah sebagai sebuah insentif bagi pembelian sebuah produk.
4. Diskon adalah pengurangan langsung terhadap harga atas pembelian selama satu periode tertentu.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Site Ilam: University of Sultan Syarif Kasim Riau

5. Barang gratis adalah memberi timbangan barang kepada para perantara, apabila mereka membeli sejumlah tertentu (beli 2 gratis 1 atau beli 1 gratis 1)

Walaupun sarana promosi penjualan yang tersedia sangatlah beragam, semuanya memberikan tiga manfaat yang berbeda :

1. Komunikasi : Promosi penjualan menarik perhatian dan biasanya memberikan informasi yang dapat mengarahkan pengonsumsi kepada produksi.
2. Insentif : Promosi penjualan yang menggabungkan sejumlah kebebasan, dorongan, atau kontribusi yang memberi nilai bagi pengonsumsi.
3. Ajakan : Promosi penjualan merupakan ajakan untuk melakukan transaksi pembelian sekarang.

Perusahaan menggunakan alat promosi penjualan untuk menciptakan tanggapan yang lebih kuat dan lebih cepat. Promosi penjualan juga dapat digunakan untuk mendorong penjualan yang sedang lesu dan mendramatisasi penawaran apalagi bila misalnya dilakukan dengan cara demonstrasi penjualan. Pengaruh promosi penjualan biasanya bersifat jangka pendek dan tidak mangkus dalam membangun preferensi merek jangka panjang.

Penggunaan promosi penjualan perusahaan harus memperhatikan hal-hal berikut

1. Menetapkan tujuan promosi penjualan Tujuan promosi penjualan dituntunkan dari tujuan promosi yang lebih luas, yang diturunkan dari tujuan pemasaran yang lebih mendasar yang dikembangkan untuk produk tersebut.
2. Memilih kiat promosi penjualan Karena banyaknya kiat promosi penjualan yang tersedia, perencanaan promosi harus memperhitungkan jenis pasar, tujuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

promosi penjualan, kondisi kompetitif dan efektivitas biaya dari tiap kiat promosi.

3. Mengembangkan program promosi penjualan Pengembangan promosi penjualan harus memiliki beberapa faktor yang harus dipertimbangkan, yaitu :

- 1) Pemasar harus menentukan besarnya insentif.
- 2) Pemasar harus membuat suatu kondisi untuk berpartisipasi.
- 3) Pemasar harus menentukan lamanya promosi.
- 4) Pemasar harus memilih sarana distribusi.
- 5) Pemasar harus menentukan waktu promosi.
- 6) Pemasar harus menentukan total anggaran promosi penjualan.

4. Menguji program promosi penjualan Walau sebagian besar program promosi penjualan dirancang berdasarkan pengalaman.

5. Menerapkan dan mengendalikan program promosi penjualan. Rencana penerapan harus mencakup waktu yang diperlukan untuk menyiapkan program itu sebelum diluncurkan (lead time) dan mencakup waktu peluncuran promosi hingga akhir (sell in time).

Mengevaluasi hasil promosi penjualan. Evaluasi hasil promosi adalah sangat penting, untuk itu pemroduksi menggunakan tiga buah metode untuk mengukur efektivitas promosi penjualan, yaitu data penjualan, survei pelanggan, dan pengalaman.

## 2.6 Pandangan Islam

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

Dalam surah al furqan ayat 20

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ  
فِي الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَنْتَصِرُونَ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا



Artinya : “Dan kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar, dan Kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain, maukah kamu bersabar?, dan adalah Tuhanmu maha melihat”.

Ayat di atas menegaskan bahwa seorang rasulpun tetap melakukan aktivitas ekonomi khususnya perekonomian islam di pasar. Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta’ala,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ  
تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (29)

Artinya: “ Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian “,(QS. An-Nisa ayat 29).*

Firman Allah juga tentang perdagangan atau perekonomian dalam surah Al-Muthaffiin ayat 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

*Artinya: Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. (Al-Muthaffiin: 083 ayat 1-3)*

### 2.6.1 Makna umum ayat

Ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Sebelumnya telah diterangkan transaksi muamalah yang berhubungan dengan harta, seperti harta anak yatim, mahar, dan sebagainya. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari'at. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas. Dan dalam ayat ini Allah juga melarang untuk bunuh diri, baik membunuh diri sendiri maupun saling membunuh. Dan Allah menerangkan semua ini, sebagai wujud dari kasih sayang-Nya, karena Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kita. Dari ayat tersebut dapat kita ketahui pula :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

1. Perusahaan harus dapat menjamin produknya. Jaminan yang dimaksud mencakup dua aspek – material, yaitu mutu bahan, mutu pengolahan, dan mutu penyajian; aspek non-material mencakup kehalalan dan keislaman dalam penyajian.

2. Yang dijelaskan Allah adalah manfaat produk. Produk bermanfaat apabila proses produksinya benar dan baik. Ada pun metode yang dapat digunakan agar proses produksi benar dan baik, menurut Al-Quran, sesuai petunjuk dalam QS.Al-An'am:143, yang artinya, "Beritahukanlah kepadaku (berdasarkan pengetahuan) jika kamu memang orang-orang yang benar." Ayat ini mengajarkan kepada kita, untuk meyakinkan seseorang terhadap kebaikan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data, dan fakta. Jadi, dalam menjelaskan manfaat produk, nampaknya peranan data dan fakta sangat penting. Bahkan sering data dan fakta jauh lebih berpengaruh dibanding penjelasan.

Penjelasan mengenai sasaran atau customer dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Makanan yang halal dan baik yang menjadi darah dan daging manusia akan membuat kita menjadi taat kepada Allah. Sebab konsumsi yang dapat menghantarkan manusia kepada ketakwaan harus memenuhi tiga syarat:

- 1 Materi yang halal
- 2 Proses pengolahan yang bersih (thaharah), dan
- 3 Penyajian yang Islami.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang penulis jadikan pedoman serta perbandingan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Table Penelitian Terdahulu**

NO	Peneliti	Judul penelitian	Kesimpulan
1	Nofita Sumpu, Altje L.Tumbel (2018)	Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartph one Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Samratulan gi Manado Angkatan 2016 )	Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado Angkatan 2016).
2	Eva Cahya, Harti (2015)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Sony Xperia Z series di counter Insight Plaza Marina Surabaya.
	Nurul Fatmawati , Euis Soliha (2017)	Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”	Hasil Penelitian menunjukkan Kualitas produk, Citra merek dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”

Table 1 penelitian terdahulu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hipotesis yang diharapkan bagi penulis, maka penulis membuat sebuah pola atau kerangka berfikir untuk mengetahui terhadap hubungan variabel X terhadap Y. Dibawah ini merupakan gambar model kerangka berfikir dalam penelitian ini, yaitu:

**Gambar 2 Kerangka Pemikiran**

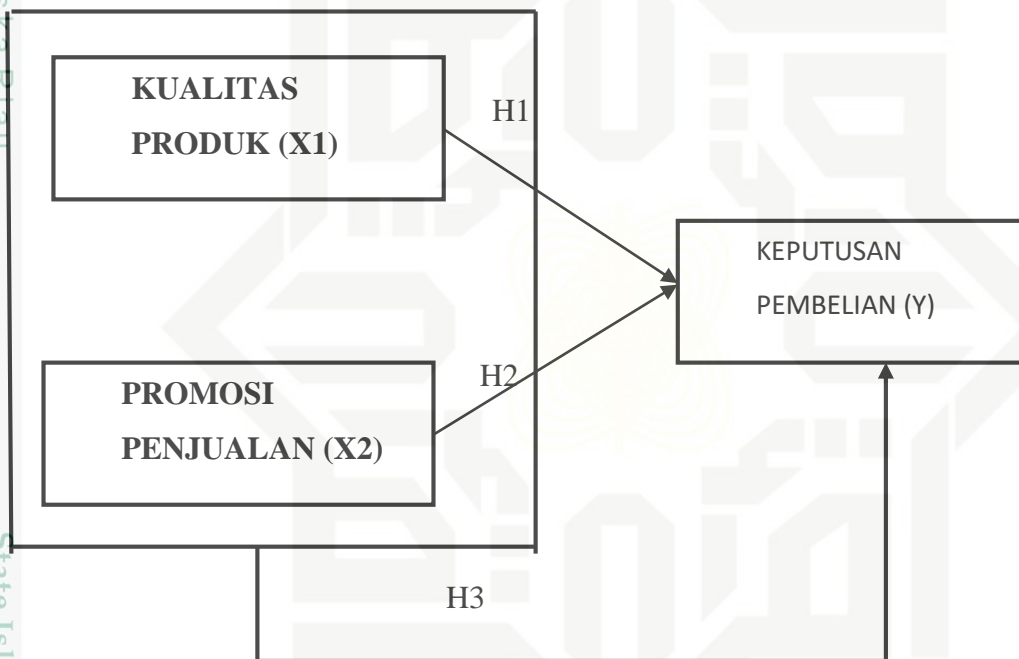


Figure 1 kerangka pikiran

Sumber:kesimpulan dari beberapa sumber

### 2.8.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut,kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2007:59).Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*independent variable*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah :

X1 = Diferensiasi Produk

X2 = Promosi Penjualan

2. Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi apa yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y)

### 2.8.2 Devinisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang akan didefinisi adalah semi variabel yang terkandung dalam hipotesis, yang bertujuan untuk memudahkan membuat kuisioner. Adapun konsep operasional variabel pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

**Table Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian**

Variabel Penelitian	Devinisi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (y)	Keputusan Pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternative sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan machfoedz (2013:44)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan produk</li> <li>2. Pilihan merek</li> <li>3. Pilihan penyalur</li> <li>4. Waktu pembelian</li> <li>5. jumlah pembelian</li> </ol>	Likert
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut lainnya <b>Kotler dan amstrong (2012:283)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. fitur</li> <li>2. kesan kualitas</li> <li>3. ketahanan</li> <li>4. keandalan</li> <li>5. desain</li> </ol>	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Promosi Penjualan (X2)	Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan dan untuk mencoba atau membeli suatu produk/jasa <b>Kotler dan Amstrong (2014:501)</b>	1. garansi produk 2. pajangan 3. premium 4. paket harga	Likert
------------------------	--	--	--------

Table 2 Defenisi konsep operasional variabel



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 2.9 Hipotesis

Sebagai jawaban sementara dari permasalahan yang telah dikemukakan serta untuk menjadi landasan kerja dalam penelitian ini, maka penulis mengemukakan suatu hipotesis sebagai berikut :

H1 : Diduga Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Smartphone oppo pada masyarakat Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar

H2 : Diduga Promosi Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone oppo pada masyarakat Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar

H3 : Diduga Kualitas Produk dan Promosi Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone oppo pada masyarakat Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di desa simpang kubu kecamatan kampar dengan mengambil responden masyarakat desa simpang kubu Untuk mendapatkan hasil yang maksimal maka peneliti memerlukan waktu dari bulan januari sampai bulan april 2020 hingga rampung seluruh proses penelitian skripsi.

#### 3.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

##### 1. Data Primer

Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber sumber asli untuk tujuan tertentu atau data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original, **Mudrajat Kuncoro (2009:148,157)**. Dalam riset pemasaran, data primer diperoleh langsung dari sumbernya misalnya pendapat nasabah/konsumen sehingga periset menjadi “tangan pertama yang memperoleh data tersebut. Data primer memiliki kredibilitas relative tinggi, sebab periset mampu mengontrol data yang akan digunakan dalam risetnya. Berdasarkan sifatnya, data primer bisa dikategorikan menjadi dua macam, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

1) Studi Lapangan (Field Research) Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian, baik melalui observasi, maupun wawancara.

Penelitian Lapangan dilakukan dengan cara (**Sugiyono, 2013:187**):

1. Observasi, adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai rumusan masalah yang disusun.
2. Wawancara (interview), adalah metode untuk mendapatkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang analisis dalam penelitian.
3. Kuesioner, yaitu memberikan daftar pertanyaan menyangkut masalah yang dibahas kepada responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Kuisisioner adalah pertanyaan atau pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden penelitian tentang suatu variable yang diteliti. Angket/kuesioner dapat digunakan apabila jumlah responden penelitian cukup banyak. **Juliandi, A.,Azuar, Irfan, dan Saprinal Manurung (2014:69)**. Responden diharap untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

**Kuncoro dalam Mudrajad Kuncoro (2009 : 118)** mendefenisikan populasi sebagai kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Kemudian **Mudrajad Kuncoro ( 2009:123 )** mendefenisikan populasi sebagai suatu kelompok dari elemen penelitian , dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang di perlukan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat yang ada di desa simpang kubu keca matan kampar. Adapun jumlah Masyarakat di desa simpang kubu kecamatan Kampar adalah 2578 orang

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi atau sebagian dari populasi yang terpilih sebagai sumber data, **Mudrajad Kuncoro (2009:123)**. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat desa simpang kubu yang menggunakan smartphone oppo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling, yaitu teknik sampling yang secara khusus tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Teknik purposive sampling akan digunakan dalam pengambilan responden dengan tujuan untuk memperoleh responden yang menggunakan Smartphone Oppo.

**Menurut Irawan (Dalam Sukandarrumidi & Haryanto, 2014:24)** menyatakan agar penelitian dapat dianalisis dengan statistik jumlah sampel yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diambil minimum 30 responden, dan ada pula yang menyarankan jumlah sampel minimum 100 responden. Adapun semakin banyak jumlah sampel maka akan semakin mampu mewakili sebuah populasi. Dalam penelitian ini jumlah populasi yang berada di Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar sangat banyak yaitu berjumlah 2578 orang. Karna tidak diketahui berapa jumlah masyarakat yang menggunakan smartphone oppo di Desa Simpang Kubu, untuk itu maka dalam menentukan jumlah sampel atau responden dalam penelitian yang dilakukan peneliti di Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar, peneliti menggunakan suatu metode pengambilan sampel dengan cara 10 sampel di kali banyaknya indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan berjumlah 12, maka  $10 \times 12 = 120$ , jadi jumlah sampel yang akan di gunakan oleh peneliti dalam penelitian di Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar berjumlah 120 orang responden.

### 3.5 Metode Analisis Data

Metode analisi data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif yang merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Proses perhitungannya menggunakan *software* SPSS 21.0 (*Statistical Product and Service Solution*). Hipotesis mengungkapkkan bahwa seberapa besar pengaruh dari variable bebas Diferensiasi produk dan Promosi penjualan yaitu : Diferensiasi produk X1 dan Promosi penjualan X2 terhadap variable terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Model persamaan yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan :

- Y : Keputusan Pembelian  
a : Kontanta  
b1-2 : Koefisien Regresi Berganda  
X1 : Strategi Diferensiasi  
X2 : Promosi  
e : Tingkat Kesalahan

Dalam menganalisis data yang di peroleh , penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu suatu cara yang dapat menjelaskan hasil penelitian yang ada dengan menggunakan rumus matematis dan menghubung kannya dengan teori yang ada, kemudian ditarik kesimpulan. Pengukuran variable - variabel yang terdapatdalam suatu model analisis penelitian ini, bersumber dari jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam angket.Karena semua jawaban tersebut bersifat deskriptif,sehingga diberi nilai agar menjadi data kuantitatif. Penentuan nilai jawaban untuk setiap pertanyaan menggunakan metode skala likert (skala 1 sampai5)dimulai dari sangat tidak setuju (STS) sampai dengan Sangat Setuju (SS) Skala pengukuran ini berarti bahwa jika nilainya semakin mendekati satu maka berarti semakin tidak setuju. Sebaliknya,jika semakin mendekati 5 berarti semakin setuju.

### 3.6 Teknik Skala Pengukuran

Untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan data dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian pada setiap jawaban pertanyaan berdasarkan skala Likert **Sugiyono (2012:86)** Skala Likert berhubungan terhadap suatu jawaban pada setiap indikator instrumen, menggunakan Skala Likert. Skala Likert mempunyai nilai gradasi yang tertinggi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sampai yang terendah. Kategori yang digunakan berdasarkan Skala Likert, dimana responden nantinya diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai jawaban seperti dibawah ini (Sugiyono, 2011:83) :

Sangat setuju	(SS)	dengan skor 5
Setuju	(S)	dengan skor 4
Netral	(N)	dengan skor 3
Tidak Setuju	(TS)	dengan skor 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	dengan skor 1

Proses perhitungannya menggunakan software SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 21.0 for Windows dan Microsoft Excel 2016.

### 3.7 Uji Kualitas Data

#### 3.7.1 Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan yang seharusnya dilakukan (Mudrajad, 2009:172).

Berarti uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur benar-benar cocok atau sesuai sebagai alat ukur yang diinginkan. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuesioner dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak.

Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai  $r_{hitung}$  harus berada diatas 0,3, hal ini dikarenakan jika nilai  $r_{hitung}$  kecil dari 0,3, berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

item pertanyaan lainnya daripada variabel-variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid (**Sugiyono, 2007:48**).

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skala pengukuran (**Mudrajad Kuncoro,2009:175**). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (**Ghozali,2012:47**)

Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat Cronbach Alpha dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,7. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,7$  (**Nunnally dalam Ghozali,2012:48**).

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari bias yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan kesimpulan. Tiga asumsi klasik yang perlu diperhatikan adalah :

#### 3.8.1 Uji Normalitas Data

Pengujian Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik Scatter Plot, dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari regresi atau tidak mengikuti arus garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Usmar, 2008:181).

### 3.8.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2012:105), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji Multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* yang merupakan kebalikan dari toleransi sehingga formulanya adalah sebagai berikut  $VIF = \frac{1}{(1-R^2)}$  dimana  $R^2$  merupakan koefisien determinasi. Bila korelasi kecil artinya menunjukkan nilai *VIF* akan besar. Bila  $VIF < 10$  maka dianggap Multikolinieritas.

### 3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika Varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas (Ghozali, 2012:139). Pengujian dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah yang diprediksikan dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah distandarized. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### 3.9 Uji Regresi Berganda

**Suliyanto (2011:53)** menyebutkan dalam uji regresi berganda jumlah variable bebas yang digunakan untuk memprediksi variable terikat lebih dari satu. Menurut **Sugiarto dan Harijono dalam Suliyanto (2011:53)** pada awalnya uji atau analisis regresi berganda dikembangkan oleh para ahli ekonometrik untuk membantu meramalkan akibat dari aktivitas-aktivitas ekonomi pada berbagai segmen ekonomi. Berikut adalah persamaan dari uji regresi berganda dalam penelitian :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

keterangan

Y : Keputusan Pembelian

a : Kontanta

b1-2 : Koefisien Regresi Berganda

X1 : Diferensiasi produk

X2 : Promosi penjualan

e : Nilai Residu

### 3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda berdasarkan uji secara parsial (uji t), simultan (uji f) dan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.10.1 Uji Secara Simultan (Uji F)

Menurut Suliyanto (2011:61). Nilai F hitung digunakan untuk menguji ketepatan model (*goodness of fit*). Uji F juga sering disebut sebagai uji simultan, untuk menguji apakah variable bebas yang digunakan dalam mode mampu menjelaskan perubahan nilai variable tergantung atau tidak. Untuk menyimpulkan apakah model masuk dalam kategori cocok (*fit*) atau tidak, kita harus membandingkan nilai F hitung dengan derajat bebas :

Df :  $\alpha, (k-1), (n-k)$ . Untuk menghitung besarnya nilai F hitung digunakan formula berikut :

$$F = \frac{R^2 / (K - 1)}{1 - R^2 / (n - k)}$$

Keterangan :

F = Nilai F hitung

$R^2$  = Koefisien determinasi

K = jumlah variabel

N = jumlah pengamatan (data sampel)

### 3.10.2 Uji secara parsial (Uji t)

Menurut Suliyanto (2011:62), uji secara parsial (uji t) digunakan untuk menguji apakah variable tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung atau tidak. Suatu variable akan memiliki pengaruh yang berarti jika nilai t hitung variabel tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel. Untuk menghitung besarnya nilai t hitung digunakan rumus berikut :

$$t = \frac{b_j}{S_{b_j}}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan :

$t$  = Nilai  $t$  hitung

$b_j$  = Koefisien regresi

$S_{bj}$  = Kesalahan baku koefisien regresi

### 3.10.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), artinya variable digunakan untuk mengetahui persentase variable independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 1, artinya variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variable-variabel dependen. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0, artinya variable independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan :

**Tabel Nilai Koefisien Determinasi**

< 0,10	Buruk ketepatannya
0,11-0,30	Rendah Ketepatannya
0,31-0,50	Cukup Ketepatannya
>0,50	Tinggi Ketepatannya

Table 3 nilai koefisien determinasi

Sumber : Hariwijaya dan Triton (2011:103)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

#### 4.1 Letak Geografis Desa Simpang Kubu

Desa Simpang Kubu merupakan salah satu desa di Kecamatan Kampar. Letaknya dipinggir jalan raya Pekanbaru Bangkinang. Terletak sesudah desa Air Tiris dan sebelum desa Batu Belah kalau kita dari Pekanbaru. Dinamakan dengan desa Simpang Kubu dikarenakan pada zaman penjajahan Belanda di Indonesia umumnya di Riau khususnya di Kabupaten Kampar terjadi peperangan antara pihak Belanda dan rakyat Kampar. Maka dari itu rakyat Kampar membuat sebuah benteng dan tanda kekuasaan pos di sebuah wilayah untuk perlindungan dan tanda kekuasaan. Pada peperangan tersebut gugurlah Panglima Khatib dan dimakamkan di wilayah tersebut. Karena sebuah makam dan tugu pahlawan yang terletak di wilayah tersebut, maka wilayah tersebut dinamakan Simpang Kubu.

Dalam bahasa ocu kamparnya makam adalah kubu, oleh sebab itu dinamakan desa Simpang Kubu. Lokasi makam pahlawan itu terletak dipinggir jalan raya Pekanbaru Bangkinang. Makam pahlawan tersebut adalah makam Datuk Panglima Khatib. Kita dapat melihat makam tersebut apabila kita melewati jalan raya Pekanbaru Bangkinang. Dahulu sebelum adanya desa Simpang Kubu nama daerah tersebut adalah Kecamatan Lima Koto. Karena daerahnya yang luas dan pengurusan daerahnya yang sulit, maka terjadilah pemekaran, yakni desa Ranah, desa Air Tiris, desa Simpang Kubu, desa Tanjung Rambutan dan desa Batu Belah. (Dokumentasi Kantor Desa Simpang Kubu)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Figure 2 peta kabupaten kampar

Desa Simpang Kubu dipimpin oleh kepala desa dan dalam kepengurusan desa dibantu oleh perangkat atau aparat desa dan lembaga pemberdayaan masyarakat (LPM). Kemudian dibentuk pula perangkat desa seperti kepala dusun, RW, RT, perangkat kepemudaan dan perangkat desa lainnya. Karena desa simpang kubu ini masih tergolong luas daerahnya, maka wilayahnya pun terbagi menjadi 3 dusun, yakni : dusun 1 panglima Khatib, dusun 2 metro lestari dan dusun 3 padang beringin. Setiap dusun memiliki 2 perangkat RW dan 4 perangkat RT. Adapun bentuk dan jumlah perangkat desa simpang kubu adalah sebagai berikut :

1. Kepala Desa : 1 Orang
2. Sekretaris Desa : 1 Orang
3. Kaur Pemerintahan : 1 Orang
4. Kaur Umum : 1 Orang
5. Kaur Keuangan : 1 Orang



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Kaur Pembangunan : 1 Orang
7. Kepala Dusun : 3 Orang
8. RW : 6 Orang
9. RT : 12 Orang

Wilayah Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar mempunyai luas wilayah ± 488 Ha. Yang terdiri dari 3 Dusun. Desa Simpang Kubu mempunyai batas wilayah yang berbatasan dengan :

1. Utara berbatasan dengan Desa Muara Jalai
2. Selatan berbatasan dengan Desa Lipat Kain
3. Barat berbatasan dengan Desa Tanjung Rambutan
4. Timur berbatasan dengan Desa Tanjung Berulak

Jarak Desa Simpang Kubu dari pemerintahan adalah sebagai berikut :

1. Jarak dari pusat pemerintahan ibu Kota Kabupaten adalah ± 7 KM.
2. Jarak dari pusat pemerintahan ibu Kota Propinsi adalah ± 58 KM.

#### **4.2 Keadaan dan Jumlah Penduduk**

Penduduk Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar berdasarkan pada daftar isian data profil Desa Simpang Kubu tahun 2019/ 2020 berjumlah ± 2578 jiwa.

Hal ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel.IV. 1**

**Jumlah Penduduk**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Laki- laki	1218	47
2.	Perempuan	1360	53
Jumlah		2578	100

*Table 4 jumlah penduduk*

Tabel 1 tersebut dijelaskan bahwa jumlah penduduk laki-laki lebih sedikit dari pada perempuan, dimana penduduk laki-laki berjumlah 1218 jiwa atau 47 % sedangkan penduduk perempuannya berjumlah 1360 jiwa atau 53 %.

Di desa Simpang Kubu terdapat 3 suku, yaitu suku Domo, suku Kampai dan suku Pitopang. Yang mana dari ketiga suku ini adalah suku asli dari desa Simpang Kubu. Tapi yang paling mendominasi suku di desa ini adalah suku Domo, yaitu sebanyak 280 KK, yang terdiri dari 3 Dusun. Pada tabel 2 berikut ini dapat dilihat jumlah suku Domo berdasarkan kepala keluarga.

**Tabel.IV. 2**

**Jumlah Suku Domo**

No	Dusun	Jumlah KK	Persentase (%)
1.	Dusun 1	97	34
2.	Dusun 2	147	51
3.	Dusun 3	44	15
Jumlah		288	100

*Table 5 jumlah suku domo*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2 dapat kita lihat bahwa suku Domo yang paling banyak mendominasi terdapat pada Dusun 2 yang berjumlah 147 KK atau 51 % dari jumlah suku Domo yang ada di desa Simpang Kubu seluruhnya. Kemudian Dusun 1 yang berjumlah 97 KK atau 34 %, sedangkan suku Domo yang paling sedikit terdapat di Dusun 3 yang berjumlah 44 KK atau 15 %.

Pada setiap Dusun yang ada di desa Simpang Kubu suku Domo terdapat cukup banyak. Di desa Simpang Kubu terdapat juga suku lainnya yaitu suku Kampai dan suku Pitopang.

**4.3 Agama**

Masyarakat di desa Simpang Kubu menjunjung tinggi dan menjalankan perintah agama. Oleh karena itu masyarakat di desa Simpang Kubu semua penduduknya memeluk agama Islam 100%, maka sarana peribadatan yang ada hanya sarana untuk agama Islam. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini :

**Tabel.IV. 3**

**Jumlah Sarana Ibadah**

No	Tempat ibadah	Jumlah
1	Masjid	1
2	Musholla/surau	9
Jumlah		10

Table 6 Jumlah sarana ibadah

Adapun organisasi keagamaan yang ada di desa Simpang Kubu sebagai wadah kegiatan sosial keagamaan adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Taman pengajian Al-Qur'an (TPA) atau pondok pondok pengajian Al-Qur'an
2. Panitia hari-hari besar Islam (PHBI)

Selain wadah dan organisasi keagamaan tersebut terdapat organisasi lainnya seperti organisasi remaja mesjid/ mushalla, kelompok wirid yasin pemuda dan pemudi, wirid ibu-ibu PKK, kelompok wirid lansia (lanjut usia), dan kelompok yasin RT/RW/mesjid dan mushalla (surau dan majelis taqlim).

#### 4.4 Perekonomian

Di lihat dari segi ekonomi masyarakat, desa Simpang Kubu pada umumnya mempunyai mata pencaharian yang bervariasi. Tapi yang paling umum dan mendominasi mata pencaharian masyarakat desa Simpang Kubu adalah perkebunan/pertanian, jasa/buruh dan pedagang. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel 4 berikut ini :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel.IV. 4

Mata Pencaharian

No	Mata Pencarian	Jumlah	Persentase %
1.	Pegawai Negeri Sipil	47	2
2.	ABRI	13	1
3.	Swasta	32	1
4.	Tani/ kebun	714	31
5.	Pertukangan	428	19
6.	Pensiun	29	1
7.	Pedagang	513	22
8.	Wira Usaha	19	1
9.	Nelayan	97	4
10	Jasa	417	18
Jumlah		2309	100

Table 7Mata pencaharian

Dari tabel 4 diatas ditentukan bagi masyarakat desa Simpang Kubu yang sudah bekerja saja. Dapat dilihat bahwa mata pencaharian utama masyarakat desa Simpang Kubu adalah dalam bidang pertanian/perkebunan yaitu 714 (31%). Dalam bidang pertaniann ini terutama dalam bidang karet. Dengan demikian desa Simpang Kubu dapat dikatakan sebagai desa yang agraris dengan mata pencaharian utama penduduknya adalah pertanian/ perkebunan.

#### 4.5 Pendidikan

Pendidikan merupakan wahana untuk membekali manusia dengan pengetahuan modal dasar bagi pembangunan dan juga ikut mengetahui tingkat sosial dan ekonomi seseorang. Pendidikan di desa Simpang Kubu cukup baik. Kebanyakan masyarakat disana sudah menyadari akan pentingnya pendidikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagi anak cucu mereka. Untuk itu masyarakat di desa ini sudah banyak menyekolahkan anaknya minimal sampai ke jenjang pendidikan sekolah menengah umum (SMU/Sederajat) sampai ke perguruan tinggi. Meskipun masih ada juga masyarakat yang pendidikannya Cuma sampai pada sekolah dasar dan sekolah menengah pertama (SMP/Sederajat). Untuk lebih jelas mengenai gambaran ini maka dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini :

**Tabel.IV. 5**

**Jenjang Pendidikan**

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase %
1.	Buta Huruf	109	4
2.	Belum sekolah	277	11
3.	Sekolah taman kanak-kanak	87	4
4.	Sekolah dasar	589	24
5.	SLTP/Sederajat	713	29
6.	SLTA/Sederajat	618	25
7.	Akademi (D1-D3)	34	1
8.	Sarjana (S1-S3)	51	2
	Jumlah	2478	100

Table 8 Jenjang Pendidikan

Dari tabel 5 diatas menunjukkan pada umumnya tingkat pendidikan yang pernah dicapai masyarakat dapat dikatakan cukup memadai. dan minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya dapat dikatakan cukup relatif tinggi. Secara kuantitatif tertinggi jumlah anak sekolah berada pada tingkat pendidikan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SLTP/Sederajat dan SMA/Sederajat. Dengan demikian program pendidikan wajib belajar 9 tahun bagi masyarakat desa Simpang Kubu yang diprogramkan pemerintah sudah dapat dikatakan tercapai. Untuk mendukung mutu upaya peningkatan mutu pendidikan telah dibangun beberapa sarana pendidikan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini :

**Tabel.IV. 6**  
**Sarana Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1.	Taman kanak-kanak (TK)	1
2	Sekolah Dasar (SD)	2
3.	Ibtidaiyah	1
4.	SLTP/tsanawiyah	2
5.	SMU/MA	2

Table 9 Sarana Pendidikan

Dengan adanya saranan pendidikan ini, maka pendidikan di desa Simpang Kubu cukup memadai untuk meningkatkan kecerdasan masyarakatnya.

**4.6 KESEHATAN**

Untuk melayani masyarakat dibidang kesehatan, pemerintah telah mendirikan satu buah puskesmas yang digunakan untuk pelayanan kesehatan masyarakat. Namun masih sering juga pelayanan dirasakan masyarakat masih kurang. Ini disebabkan karena tidak lengkapnya alat medis dan kurangnya tenaga medis yang handal. Akan tetapi, karena desa Simpang Kubu dekat dengan ibu kota Kabupaten Kampar, maka bagi masyarakat yang merasakan kurangnya pelayanan kesehatan di desa ini biasanya langsung datang ke rumah sakit umum di Bangkinang. (Dokumentasi Kantor Desa Simpang Kubu).

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi penjualan terhadap keputusan Pembelian Smartphone Oppo. Dari penelitian tersebut dapat di simpulkan bahwa :

1. Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan hasil koefisien regresinya sebesar 0,219 Apabila variable lain bernilai konstan atau tidak berubah-ubah maka nilai dari variable keputusan pembelian akan berubah sebesar 0,219 setiap satu satuan dari variable Kualitas produk. dengan demikian bahwa Kualitas produk mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian pada produk smartphone oppo, ini dibuktikan dengan hasil regresinya yang bernilai positif
2. Promosi penjualan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan hasil koefisien regresinya sebesar 0,536 Apabila variable lain nilainya tidak berubah-ubah atau tetap maka nilai variable keputusan pembelian akan berubah sebesar 0,536 setiap satu satuan dari variable promosi penjualan. dengan demikian bahwa promosi penjualan mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian pada produk smartphone oppo, ini dibuktikan dengan hasil regresinya yang bernilai positif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 6.2

### SARAN

1. Perusahaan diharapkan agar terus menerus melakukan perbaikan produk melalui peningkatan kualitas produk dalam hal ini melakukan inovasi yang didukung dengan kehandalan produk yang berkualitas sehingga dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk smartphone oppo. Produk yang diciptakan harus benar-benar dirasakan manfaat dan kehandalannya oleh konsumen, baik yang akan dan sudah melakukan pembelian
2. Perusahaan diharapkan juga melakukan promosi penjualan yang menarik agar konsumen semakin yakin memutuskan untuk membeli produk smartphone oppo, Promosi yang dapat dilakukan perusahaan salah satunya dengan memberikan diskon atau bonus kepada konsumen yang melakukan pembelian produk smartphone oppo.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Andi Janna Purwati. 2014. "Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Membeli Produk Fashion Pada Toko Issue Di Makasar. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makasar."

Ansyari, Reza Muhammad. 2016. *pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian motor Honda (studi kasus pada pegawai kantor dinas pendapatan daerah provinsi Kalimantan timur). Ilmu administrasi bisnis*, 4 (2), 605-619.

Agus, Tri dan arjuna wiwaha. 2019. *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Goodtea Di Gajah Mada Plaza. jurnal ilmiah widya ekonomika*, 2 (1) 26-32.

Buchari Alma, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung:

DKK, P. K. 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua Edisi Pertama*. Yogyakarta: Erlangga.

Dewi, Ni Putu Diah Erna dan Ni Ketut Seminari. 2017. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Upaya Membangun Keunggulan Bersaing Pada Hotel Alila Ubud*, E Jurnal Manajemen Unud. 6(11) 6120-6140.

Frendy Prasetya. 2011. "Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Semarang)". Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ghazali, I. 2012. *Manajemen Analisis Multivariate dengan SPSS. Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiyati, Rini dan Winda Nurul Ariska. 2018. *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Pada PT.Balindo Cabang Luwuk. EMOR, 2(1) 96-111.*
- Kismono, G. 2011. *Bisnis Pengantar. Fakultas Ekonomi & Bisnis UGM*. Yogyakarta:
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran Lanjutan Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis. Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya. 2010. *Connect, Surviving New Wave Marketing strategy*. Jakarta: Salemba Empat
- Kresnawati, Erica Ayu. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Pada Swalayan Mitra Kauman Sumoroto Ponorogo*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Salemba Empat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nugroho, S. 2008. *Business Economics Managerial Decision making*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Philip dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid Kesatu, Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmawati, Ristiana Ella. 2018. *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Promosi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat*, Skripsi. Universitas Islam Wali Songo Semarang.
- Rauf Abdul. 2018. *Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda Di Kota Tangerang)*. Jurnal Manajemen, 7 (1).
- Simamora, fauziah nur, situmeang eva yanti. 2018. *Analisa Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsunen Pada Showroom Garuda Sibolga*. Juripol, 1(1) 68-79 .
- Tjiptono, F. 2010. *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ulfa, Dita Camelia. 2017. *Pengaruh Diferensiasi Produk, Brand Image, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Centro Ambarrukmo Plaza Yogyakarta*. jurnal manajemen, 1(1) 1-10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 1

**KUESIONER PENELITIAN**

dNo.
------

**A. IDENTITAS RESPONDEN**

Isilah data responden berikut ini secara lengkap. Berilah tanda *checkist* (v) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan kriteria.

Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/>	Laki-laki
	<input type="checkbox"/>	Perempuan
Usia	<input type="checkbox"/>	<20 tahun
	<input type="checkbox"/>	20-30 tahun
	<input type="checkbox"/>	30-40 tahun
	<input type="checkbox"/>	40>
Penghasilan Per Bulan	<input type="checkbox"/>	<Rp. 1.000.000
	<input type="checkbox"/>	Rp. 1.000.000 – 1.999.999
	<input type="checkbox"/>	Rp. 2.000.000 – 3.999.999
	<input type="checkbox"/>	Rp. 3.000.000 – 4.999.999
	<input type="checkbox"/>	Rp. >5.000.0000
Pekerjaan	<input type="checkbox"/>	Pelajar/Mahasiswa
	<input type="checkbox"/>	Tani/Nelayan
	<input type="checkbox"/>	Pegawai Negeri/ASN
	<input type="checkbox"/>	Pegawai Swasta
	<input type="checkbox"/>	Berwiraswasta

**B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER**

Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberi tanda *checklist* (v) pada kolom yang paling sesuai dengan pilihan Bapak/Ibu/Saudara/i

**Keterangan**

- SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 KS : Kurang Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

### 1. Kualitas produk ( $X_1$ )

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Smartphone Oppo memiliki kinerja sistem operasi yang berkualitas tinggi					
2	Spesifikasi Smartphone Oppo yang dimiliki sesuai dengan keterangan pada kemasan					
3	Smartphone Oppo tidak mudah rusak					
4	Smartphone Oppo memiliki tampilan yang menarik dibandingkan dengan merek lain					
5	Smartphone Oppo memiliki daya tahan mesin yang baik					

### 2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) ( $X_2$ )

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Smartphone Oppo menawarkan banyak promo penjualan					
2	Smartphone Oppo memberikan diskon dan potongan harga					
3	Promosi yang ditawarkan memiliki daya tarik bagi konsumen					
4	Promosi penjualan yang dilakukan membuat konsumen yakin akan memilih produknya					
5	Smartphone oppo membuat konsumen tertarik untuk membeli produknya					

### 3. Keputusan Pembelian (Y)

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Smartphone Oppo menawarkan produk sesuai kebutuhan konsumen					
2	Smartphone Oppo memiliki produk yang sesuai dengan ekonomi konsumen					
3	Smartphone Oppo bisa meyakinkan konsumen untuk membeli produknya					
4	Smartphone Oppo memiliki keunggulan dengan produk saingan					
5	Konsumen akan tetap memilih smartphone oppo untuk pembelian berikutnya					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN 2

Data tabulasi kuesioner

no	Kualitas Produk					Total	promosi penjualan					Total	Keputusan Pembelian					Total
	X1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
2	4	5	5	5	4	23	4	3	4	4	4	19	5	5	4	4	4	22
3	5	5	5	5	5	25	4	3	4	4	4	19	4	5	5	4	4	22
4	5	5	4	4	4	22	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	5	22	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
6	4	5	5	5	4	23	4	3	4	4	4	19	5	4	4	4	4	21
7	4	4	5	5	4	22	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	19	4	5	4	4	4	21
9	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19
10	4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	4	19	5	5	2	3	3	18
11	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	4	19	4	4	3	3	3	17
12	4	4	5	4	5	22	4	3	4	4	4	19	4	5	4	4	5	22
13	4	4	5	4	5	22	4	3	4	4	4	19	4	5	4	4	4	21
14	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
15	4	4	5	4	5	22	4	3	4	4	4	19	4	5	4	4	4	21
16	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
17	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	5	5	5	4	4	23
18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
20	4	4	5	4	4	21	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	5	4	21	4	3	4	4	4	19	5	5	4	4	5	23
22	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25
23	4	5	4	3	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	18
24	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
25	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
26	4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
27	4	4	5	4	4	21	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	5	4	21	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22
29	4	5	5	5	4	23	4	3	3	4	4	18	4	4	4	3	3	18
30	4	5	5	4	5	23	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	3	18
32	4	5	4	4	5	22	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	4	21
33	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	5	22
34	4	5	5	4	5	23	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	4	21
35	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
37	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
38	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21	4	4	4	3	3	18
39	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	20
40	4	5	5	3	4	21	3	3	3	3	4	16	4	5	4	4	4	21
41	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	3	17
42	3	4	3	3	4	17	3	3	3	4	4	17	3	3	4	4	3	17
43	5	4	4	5	4	22	3	3	4	4	4	18	4	4	4	3	3	18
44	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17	3	3	3	3	3	15
46	4	4	5	4	4	21	4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	3	18
47	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17	4	3	4	4	3	18
48	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16	3	3	4	3	3	16
49	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	4	19
50	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
51	4	4	5	4	5	22	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	3	17
52	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	3	3	4	3	17
53	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	5	24
55	4	4	4	5	4	21	3	3	3	4	4	17	4	3	4	4	3	18
56	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	3	16
58	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	5	4	21	3	3	4	4	4	18	5	3	4	4	5	21
60	5	5	4	4	5	23	4	4	4	5	5	22	4	4	5	5	4	22
61	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	4	21	4	5	4	4	5	22
62	5	5	4	5	4	23	4	4	4	5	5	22	4	4	5	4	5	22
63	4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	3	18
64	4	3	3	4	5	19	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	23
65	4	5	3	4	5	21	5	3	4	5	4	21	4	3	5	4	5	21
66	5	5	4	5	4	23	3	4	4	5	4	20	4	3	4	5	5	21
67	4	5	5	4	4	22	5	5	5	4	4	23	4	4	5	4	5	22
68	4	4	4	5	4	21	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	5	23
69	5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	4	22	4	4	4	5	4	21
70	5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	4	21	5	4	5	4	4	22
71	4	5	4	4	5	22	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	4	22
72	5	4	5	5	4	23	4	5	5	4	4	22	5	4	5	5	4	23
73	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	5	22	4	5	4	4	4	21
74	4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19
75	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	4	23	4	3	4	4	4	19
76	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	5	24

- Hak Cipta diumumkan Undang-undang
- Dilarang keras melakukan penjiplakan, pengutipan, atau tindakan lain yang melanggar hak cipta tanpa izin tertulis dari penerbit.
  - Penyusunan karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.





77	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	5	25
78	4	4	4	3	4	19	5	5	5	4	4	23	4	4	4	5	5	22
79	5	5	5	5	4	24	2	3	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	5	5	5	23
81	4	4	4	3	4	19	3	3	4	4	3	17	3	4	4	4	3	18
82	3	3	4	4	4	18	2	3	3	3	3	14	3	4	4	3	3	17
83	4	3	4	4	4	19	2	2	3	3	4	14	4	4	4	4	2	18
84	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	3	19
86	3	4	4	3	4	18	2	2	3	3	3	13	4	4	3	3	2	16
87	4	3	4	3	4	18	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20
88	3	3	4	4	4	18	3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	3	17
89	3	3	4	4	4	18	3	4	4	3	4	18	4	4	3	3	3	17
90	2	3	3	3	4	15	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	4	20
91	4	3	4	3	4	18	2	2	3	3	4	14	4	4	3	4	3	18
92	4	3	4	3	4	18	2	1	2	3	4	12	4	4	3	3	3	17
93	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	3	4	4	19
94	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	3	19
95	4	4	4	3	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
96	4	5	5	4	4	22	3	3	4	3	3	16	3	4	3	4	3	17
97	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	3	19
98	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	2	18
99	4	3	4	3	4	18	3	3	3	4	4	17	4	5	4	4	3	20
100	4	3	3	4	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18
101	4	4	4	3	4	19	5	5	5	4	4	23	4	4	4	5	5	22
102	5	5	5	5	4	24	2	3	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20
103	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	5	5	5	23
104	4	4	4	3	4	19	3	3	4	4	3	17	3	4	4	4	3	18
105	4	4	4	4	4	20	2	3	3	3	3	14	3	4	4	3	3	17
106	4	3	4	4	4	19	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	2	18
107	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
108	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	3	19
109	3	4	4	3	4	18	2	2	3	3	3	13	4	4	3	3	2	16
110	4	3	4	3	4	18	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20
111	3	3	4	4	4	18	3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	3	17
112	3	3	4	4	4	18	3	4	4	3	4	18	4	4	3	3	3	17
113	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	4	20
114	4	3	4	4	4	19	2	2	3	3	4	14	4	4	3	4	3	18
115	4	3	4	3	4	18	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	3	17
116	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	3	4	4	19
117	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	3	19

2. Dianggap mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 3

Data olahan spss 21

118	4	4	4	3	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
119	4	5	5	4	4	22	3	3	4	3	3	16	3	4	3	4	3	17
120	3	4	4	4	4	19	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	3	19

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
1 Pearson Correlation	1	.473**	.371**	.395**	.146	.699**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.112	.000
	120	120	120	120	120	120
2 Pearson Correlation	.473**	1	.460**	.332**	.249**	.766**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.006	.000
N	120	120	120	120	120	120
3 Pearson Correlation	.371**	.460**	1	.364**	.233*	.709**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.010	.000
	120	120	120	120	120	120
4 Pearson Correlation	.395**	.332**	.364**	1	.193*	.704**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.035	.000
	120	120	120	120	120	120
5 Pearson Correlation	.146	.249**	.233*	.193*	1	.494**
Sig. (2-tailed)	.112	.006	.010	.035		.000
	120	120	120	120	120	120
Total_X1 Pearson Correlation	.699**	.766**	.709**	.704**	.494**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	120	120	120	120	120	120

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

1. Dilakukan pengutipan seluruhnya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
1	Pearson Correlation	1	.646**	.536**	.420**	.298**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000
2	Pearson Correlation	.646**	1	.613**	.343**	.288**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
3	Pearson Correlation	.536**	.613**	1	.506**	.294**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
4	Pearson Correlation	.420**	.343**	.506**	1	.525**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
5	Pearson Correlation	.298**	.288**	.294**	.525**	1	.579**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.000		.000
Total_X2	Pearson Correlation	.815**	.805**	.798**	.720**	.579**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
		120	120	120	120	120	120

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hak Cipta Ditanggung Jilid

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi undang-undang  
 State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

**Correlations**

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Pearson Correlation	1	.464**	.252**	.304**	.464**	.688**
Sig. (2-tailed)		.000	.006	.001	.000	.000
N	120	120	120	120	120	120
Pearson Correlation	.464**	1	.105	.124	.268**	.538**
Sig. (2-tailed)	.000		.256	.178	.003	.000
N	120	120	120	120	120	120
Pearson Correlation	.252**	.105	1	.457**	.515**	.674**
Sig. (2-tailed)	.006	.256		.000	.000	.000
N	120	120	120	120	120	120
Pearson Correlation	.304**	.124	.457**	1	.615**	.718**
Sig. (2-tailed)	.001	.178	.000		.000	.000
N	120	120	120	120	120	120
Pearson Correlation	.464**	.268**	.515**	.615**	1	.857**
Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000		.000
N	120	120	120	120	120	120
Pearson Correlation	.688**	.538**	.674**	.718**	.857**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
Total_Y	120	120	120	120	120	120

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Case Processing Summary**

	N	%
Valid	120	100.0
Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	5

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16.41	2.294	.517	.637
X1.2	16.38	1.951	.551	.616
X1.3	16.23	2.260	.526	.633
X1.4	16.43	2.096	.457	.662
X1.5	16.26	2.697	.279	.719

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	120	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	15.19	3.282	.649	.745
X2.2	15.33	3.448	.651	.742
X2.3	14.90	3.687	.665	.739
X2.4	14.87	3.965	.559	.772
X2.5	14.78	4.625	.432	.806

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	120	100.0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	15.73	3.209	.521	.687
Y.2	15.68	3.496	.310	.755
Y.3	15.74	3.134	.475	.700
Y.4	15.80	3.103	.554	.674
Y.5	16.02	2.218	.684	.610

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X2, Total_X1 <sup>b</sup>	.	Enter

Dependent Variable: Total\_Y

All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 <sup>a</sup>	.502	.493	1.501

Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	265.532	2	132.766	58.960	.000 <sup>b</sup>
Residual	263.460	117	2.252		
Total	528.992	119			

Dependent Variable: Total\_Y

Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.224	1.617		3.231	.002		
Total_X1	.219	.085	.188	2.580	.011	.801	1.248
Total_X2	.536	.065	.604	8.291	.000	.801	1.248

Dependent Variable: Total\_Y

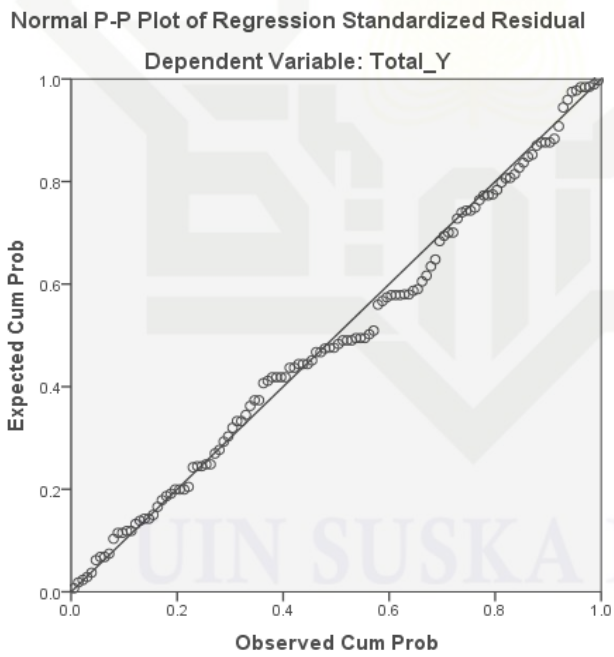
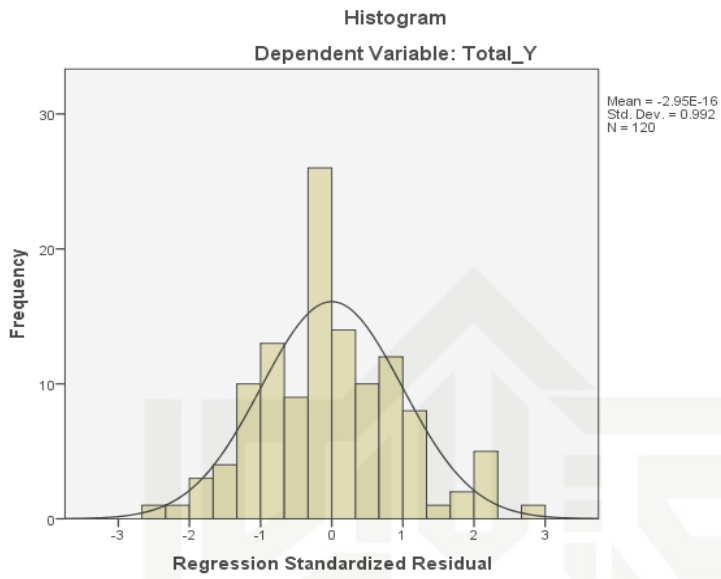
Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	15.59	23.01	19.74	1.494	120
Residual	-3.702	4.155	.000	1.488	120
Std. Predicted Value	-2.781	2.188	.000	1.000	120
Std. Residual	-2.467	2.769	.000	.992	120

Dependent Variable: Total\_Y

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BIOGRAFI PENULIS



Nama Muhammad Risman, kelahiran Simpang kubu 30 April 1995 alamat tempat tinggal Dusun III Padang Beringin RT 001 RW 001 Desa simpang kubu Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. Merupakan anak pertama dari Bapak Idris dan Ibu Astuti dari Tujuh bersaudara. Menamatkan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2007 di SDN 007 Desa limau manis. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 11 Kampar Desa Limau Manis dan menamatkan pendidikan pada tahun 2010. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMA Muhammadiyah Bangkinang dan menamatkan pendidikan pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial tepatnya pada jurusan Manajemen dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran dan menamatkan pendidikan pada tahun 2020. Pada tanggal 15 JULI 2020 penulis mengikuti dan lulus ujian Oral Comprehensive pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.