

**PENGARUH HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE DI INDAH PONSEL
TANJUNG MORAWA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Sumatera Utara**

DIAJUKAN OLEH :

**NAMA MAHASISWA : ADELYA PUTRI
NPM : 71200312049
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA (S-1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN**



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
MEDAN
2024**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasihnya sehingga penulis mampu menyelesaikan pembuatan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S-1 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Indah Ponsel Tanjung Morawa”** Penulis telah banyak menerima bimbingan, saran, motivasi, dan doa dari berbagai pihak selama proses penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan, yaitu:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Safrida, S.E., M.Si. Selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Supriadi, S.E, MM,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara.
3. Bapak Syafrizal SE.M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. T Ahmad Helmi SE.,M.Si Dosen Pembimbing I.
5. Bapak Julkarnain SAg SE.,M.M Dosen Pembimbing II.
6. Bapak dan ibu dosen, serta pegawai di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara.
7. Penulis mengucapkan Terimakasih Kepada Orang Tua yang telah Mensupport dan Mendoakan.

8. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada kekasih Bagas Sugama S.M atas dukungan,doa dan semangat yg telah di berikan.
9. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada teman teman penulis yg tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, atas dukungan dan semangat yg di berikan.
10. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada manajer dan pegawai indah ponsel tanjung morawa.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis lainnya.

Medan, Mei 2024

Penulis

(Adelya Putri)

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRAK</i>	
<i>ABSTRACT</i>	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan dan Rumusan Masalah	5
1.3.1 Batasan Masalah.....	5
1.3.2 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Uraian Teori.....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.1 Pengertian keputusan pembelian	8
2.1.1.2 Faktor Yng Mempengaruhi Keputusan Pembelian	9
2.1.1.3 Tahapan Keputusan Pembelian	10
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Harga.....	12
2.1.2.1 Pengertian Harga	12
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	13
2.1.2.3 Tujuan dan Sasaran Harga	14
2.1.2.4 Indikator Harga.....	16
2.1.3 Iklan.....	17
2.1.3.1 Pengertian Iklan.....	17
2.1.3.2 Tujuan Iklan.....	18

2.1.3.3 Jenis-Jenis Iklan	18
2.1.3.4 Sifat-Sifat Iklan	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka konseptual.....	22
2.3.1 Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Lokasi,Objek dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.1 Lokasi Penelitian	27
3.1.2 Objek Penelitian	27
3.1.3 Waktu Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.3 Operasional Variabel.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.5.1 Uji Validitas.....	31
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	32
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.5.5 Uji Autokorelasi	34
3.5.6 Uji Hipotesis	35
BAB IV GAMBARAN UMUM INSTANSI PERUSAHAAN	38
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	38
4.2 Uraian Singkat Tentang Variabel Yang di Teliti	39
BAB V ANALISIS DAN EVALUASI	41
5.1 Analisis Data.....	41
5.1.1 Karakteristik Respoden	41
5.1.2 Hasil Angket Variabel Penelitian	42

5.1.2.1 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Harga (X1)	42
5.1.2.2 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Iklan (X2).....	45
5.1.2.3 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
5.1.3 Uji Validitas dan Reabilitas	49
5.1.4 Uji Asumsi Klasik	51
5.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda	55
5.1.6 Uji Autokorelasi	57
5.1.7 Uji Hipotesis	58
5.2 Evaluasi Data	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	65
6.1 Kesimpulan	65
6.2 Saran.... ..	65
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Target Penjualan Smartphone.....	3
2.1 Penelitian Terdahulu	20
3.1 Jadwal Penelitian.....	27
3.2 Operasional Variabel	29
3.3 Bobot Nilai Angket	31
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	41
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
5.4 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Harga (X1).....	43
5.5 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Iklan (X2).....	45
5.6 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
5.7 Hasil Uji Validitas.....	49
5.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
5.9 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	53
5.10 Uji Multikolinearitas.....	54
5.11 Koefisien Regresi Linear Berganda.....	56
5.12 Uji Autokorelasi.....	57
5.13 Uji Signifikansi Simultan.....	59
5.14 Uji Parsial (Uji-t).....	60
5.15 Koefisien Determinasi (R^2).....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual.....	25
5.1 Uji Normalitas Pendekatan Histogram.....	51
5.2 Uji Normalitas P-P Plot.....	52
5.3 Uji Scatter Plot.....	55

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Dwi Carissa, Monika Tiarawati. 2016. Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) ,Vol 4, No 1, 118.
- Anwar Sanusi. 2017. Metodologi Penelitian Bisnis.Jakarta
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion and other aspects of Integrated Marketing Communications, Tenth Edition*. In *The Marketing Book: Sixth Edition*.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Azuar Juliandi, Irfan, Saprial Manurung. Metodologi penelitian bisnis konsep dan Aplikasi. Medan : umsu press, 2018
- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Garson (2016). *Partial Least Squares : Regression & Structural Equation Models*, New York : Statistical Publishing Associates.
- Ghozali, Imam, (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, In
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*, Seventeenth Edition, Pearson Education Limited, United Kingdom
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Edisi ke Empat*. Yogyakarta: CV Andy Offset.