

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK
BLACKBERRY “BLACK MARKET”
(Survei pada Pembeli *BlackBerry* BM di toko *online* FATWA
CELLULAR I)**

SKRIPSI



Oleh

FATWA ADHMA KHOIRI
NIM : 09510049

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2013**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK
BLACKBERRY “BLACK MARKET”
(Survei pada Pembeli *BlackBerry* BM di toko *online* FATWA
CELLULAR I)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

FATWA ADHMA KHOIRI
NIM : 09510049

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2013**

LEMBAR PERSETUJUAN

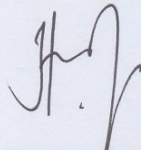
**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK
BLACKBERRY "BLACK MARKET"
(Survei pada Pembeli *BlackBerry* BM di toko *online* FATWA
CELLULAR I)**

SKRIPSI

Oleh

FATWA ADHMA KHOIRI
NIM : 09510049

Telah Disetujui 28 Agustus 2013
Dosen Pembimbing,



Dr. H. Masyhuri, Ir., MP

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP.19750707200501 1 005

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK
BLACKBERRY "BLACK MARKET"
(Survei pada Pembeli *BlackBerry* BM di toko online FATWA
CELLULAR I)

SKRIPSI

Oleh

FATWA ADHMA KHOIRI
NIM : 09510049

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 7 September 2013

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua

M. Fakhur Rozi, SE., MM :
NIP. 19760118200901 1 003

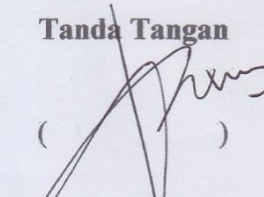
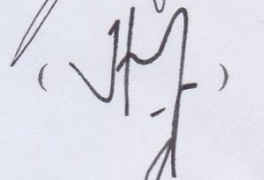
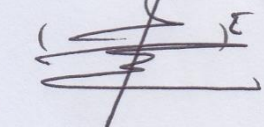
2. Sekretaris/Pembimbing

Dr. H. Masyhuri, Ir., MP :

3. Penguji Utama

Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag :
NIP. 19711211199903 1 003

Tanda Tangan

()
()
()

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,




Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP.19750707200501 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Fatwa Adhma Khoiri
NIM : 09510049
Alamat : Dusun Kromasan RT. 003 RW. 002 Desa Kromasan
Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE MEREK BLACKBERRY “BLACK MARKET” (Survei Pada
Pembeli BlackBerry BM di Toko Online Fatwa Cellular I)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 30 Agustus 2013

Hormat saya,

Fatwa Adhma Khoiri

NIM : 09510049

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tulisan ini saya persembahkan kepada H. Subchan Khoiri dan Siti Fiaatul Chowim S.Pd.I, MA sebagai wujud menyelesaikan kewajiban saya sebagai anak dalam mengambil gelar Sarjana Strata 1. Tanpa ayah dan bunda saya bukan apa-apa, saya hanyalah anak yang cuma bisa membuka tangan dan meminta sesuatu semua kepada mereka. Terima kasih ya Allah kau titipkan aku kepada orang tuaku yang telah merawat dan menyayangiku hingga kini. Berikanlah umur panjang kepada mereka, berikanlah kesehatan dan izinkanlah hamba bisa membahagiakan mereka.

To adek Difa, kakak Fatatin Nuriana dan Edi mungkin tulisan ini kurang berarti untuk kalian, tapi perjalanan hidup bersama kalian yang membuat tulisan ini selesai dan lebih berarti.

To Adinda Khairina Nurunnisa'i, support-mu telah menghasilkan tulisan ini dan engkau selalu menemani-ku meraih mimpi untuk menjadi orang sukses.

To Mr. Afrizal, kakak Istiqamah, Si Rico, Mas Bustakhul, Kang Mas Dzafi, Brow Fatih, Sam Yaya', Juragan Hakim, Jack Anam, Dr. Budi, Gan Ain terima kasih atas semuanya bersama kalian selama lebih dari 1 tahun memberikan kebahagiaan yang tak pernah bisa dilupakan dalam hidup ini.

To adek Lubab, Taufik & Manna terima kasih sudah selalu menemani dan kakak berharap pencapaian kalian lebih baik dari kakak kalian.

To UNIOR UIN MALIKI MALANG, terima kasih telah menjadi Kawah Candradimuka yang memberikan wadah dalam menggoda setiap hal dalam hidup ini, menjadi pemimpin, melatih kesabaran, perencanaan, pengambilan keputusan, hampir semua hal ada dalam dirimu.

Terima kasih untuk semua yang telah ikut andil dalam penyelesaian tulisan ini, semoga Ridho Allah selalu menyertai kita, AMIN.

MOTTO

*“Lakukan semua hal yang ingin kamu lakukan,
yang penting jangan lupa SHOLAT”*

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ ﴿٤٣﴾

“dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku”

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Maliki Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Maliki Ibrahim Malang yang selalu memberikan pengarahan baik dosen maupun mahasiswa.
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang akan selalu memberikan suatu hal yang terbaik untuk jurusan manajemen.
4. Bapak Dr. H. Masyhuri, Ir., MP selaku dosen pembimbing Skripsi yang dengan penuh pengertian dan kesabaran memberikan bimbingan dan arahan dalam proses pembuatan Skripsi ini.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek BlackBerry “*Black Market*” Survei Pada Pembeli BlackBerry BM di Toko Online Fatwa Cellular I”.

Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada nabi agung Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan yakni dinul Islam.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Maliki Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Maliki Ibrahim Malang.

3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. Masyhuri, Ir., MP selaku dosen pembimbing Skripsi.
5. Kedua orang tua, Bapak H. Subchan Khoiri dan Ibu Siti Fiatul Chowim S.Pd.I., MA, yang senantiasa memberikan dukungan baik moril maupun materil sebagai insan yang paling saya hormati dari berbagai insan yang ada di dunia ini.
6. Saudari Khairina Nurunnisa'i yang selalu hadir dalam setiap langkahku, memberikanku semangat, menjadikan insan yang berarti di dunia ini.
7. Adik-adik ku "NGOTAK" M. Lubabunasir, Manna Ardistawa dan Taufiq Ramadhan yang ikut serta mendukung dalam mensukseskan penulisan Skripsi ini.
8. Segenap pengurus UNIOR periode 2012-2013, senasib seperjuangan yang tidak bisa disebutkan satu-persatu terima kasih atas semuanya segenap pembelajaran, kebersamaan, persaudaraan yang telah diberikan kepada saya.
9. Dan untuk semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bila dalam penulisan Skripsi ini kurang sempurna, untuk itu saran dan kritik sangat diharapkan demi perbaikan penyusunan Skripsi ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi pihak lain yang memerlukan. Amin.

Malang, 30 Agustus 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1. Tujuan Penelitian	7
1.3.2. Kegunaan Penelitian	7
1.4. Batasan Penelitian	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Teoritis	14
2.2.1. <i>E-Commerce</i>	14
2.2.2. Pengertian Produk.....	16
2.2.3. Klasifikasi Produk.....	18
2.2.4. Atribut Produk.....	19
2.2.5. Pengertian Kualitas	24
2.2.6. Kualitas Produk.....	29
2.2.7. Hukum JualBeli <i>BlackBerry Black Market</i> (BM).....	33
2.2.8. <i>Black Market</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam	36
2.3. Kerangka Berfikir	42
2.4. Hipotesis	43
BAB III : METODE PENELITIAN	44
3.1. Lokasi Penelitian	44
3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian	44
3.3. Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1. Pupulasi	45
3.3.2. Sampel.....	46

3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.5. Data dan Jenis Data	47
3.5.1. Data Primer	47
3.5.2. Data Skunder	48
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7. Definisi Operasional Variabel	49
3.7.1. Skala Pengukuran	52
3.8. Model Analisis Data	53
3.8.1. Uji Instrumen.....	53
3.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	58
3.8.4. Uji Hipotesis	60
BAB IV : PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN.....	62
4.1. Paparan Data Hasil Penelitian	62
4.1.1. Profil Perusahaan	62
4.1.2. Karakteristik Responden	69
4.1.3. Analisis Deskriptif Jawaban	72
4.1.4. Uji Instrumen Penelitian	79
4.1.5. Uji Asumsi Klasik.....	80
4.1.6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
4.1.7. Pengujian Hipotesis	88
4.1.8. Koefisiensi Determinasi (R) dan Variabel yang paling Dominan.....	92
4.2. Pembahasan Data Hasil Penelitian	93
BAB V : PENUTUP	112
5.1. Kesimpulan	112
5.2. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Pengertian Istilah BlacBerry Resmi, BM dan Refurbish	5
Tabel 2.1 : Hasil Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.2 : Penelitian Sekarang.....	13
Tabel 3.1 : Definisi Operasional	49
Tabel 4.1 : Komposisi Usia responden	70
Tabel 4.2 : Komposisi Jenis Kelamin Responden.....	70
Tabel 4.3 : Komposisi Pekerjaan Responden	71
Tabel 4.4 : Komposisi Jenis <i>Blackberry</i> yang digunakan Responden	71
Tabel 4.5 : Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kinerja.....	72
Tabel 4.6 : Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Tampilan	73
Tabel 4.7 : Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keandalan	74
Tabel 4.8 : Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kesesuaian dengan Spesifikasi	74
Tabel 4.9 : Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Daya Tahan	75
Tabel 4.10 : Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Pelayanan	76
Tabel 4.11 : Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Estetika	76
Tabel 4.12 : Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas yang Dipersepsikan.....	77
Tabel 4.13 : Deskripsi Jawaban Responden pada Keputusan Pembelian....	78
Tabel 4.14 : Uji Validitas.....	79
Tabel 4.15 : Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.16 : Uji Asumsi Normalitas	81
Tabel 4.17 : Uji Asumsi Multikolinieritas	82
Tabel 4.18 : Uji Asumsi Heteroskedastisitas	83
Tabel 4.19 : Hasil Curve Estimation	84
Tabel 4.20 : Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda	85
Tabel 4.21 : Uji Simultan	88
Tabel 4.22 : Uji Parsial Koefisien Regresi Variabel X1.....	88
Tabel 4.23 : Uji Parsial Koefisien Regresi Variabel X2	89
Tabel 4.24 : Uji Parsial Koefisien Regresi Variabel X3.....	89
Tabel 4.25 : Uji Parsial Koefisien Regresi Variabel X4.....	90
Tabel 4.26 : Uji Parsial Koefisien Regresi Variabel X5.....	90
Tabel 4.27 : Uji Parsial Koefisien Regresi Variabel X6.....	91
Tabel 4.28 : Uji Parsial Koefisien Regresi Variabel X7	91
Tabel 4.29 : Uji Parsial Koefisien Regresi Variabel X8.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Berfikir	42
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Karakteristik Responden

Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Jawaban

Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 : Regresi Linier Berganda

Lampiran 8 : Bukti Konsultasi

ABSTRAK

Fatwa Adhma Khoiri, 2013 SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek BlackBerry “*Black Market*” Survei Pada Pembeli BlackBerry BM di Toko Online Fatwa Cellular I”.

Pembimbing : Dr. H. Masyhuri, Ir., MP

Kata Kunci : Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Kondisi adanya Kualitas Produk BB BM mempengaruhi kuat dalam keputusan pembelian. Karena kualitas produk BB BM pada kenyataannya sangat rendah sekali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dalam hal ini adalah Kinerja, Tampilan, Keandalan, Kesesuaian dengan spesifikasi, Daya Tahan, Pelayanan, Estetika dan Kualitas yang dipersepsikan terhadap keputusan pembelian Handphone Merek BlackBerry “*Black Market*” Survei Pada Pembeli BlackBerry BM di Toko Online Fatwa Cellular I baik secara parsial maupun secara simultan.

Pengujian ini dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan mempertimbangkan uji validitas dan reliabilitas serta mempertimbangkan uji asumsi klasik yaitu normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan Linieritas.

Dari hasil analisis secara simultan dengan *level of significant* 5% Kualitas produk yang diwakili oleh variabel Kinerja, Tampilan, Keandalan, Kesesuaian dengan spesifikasi, Daya Tahan, Pelayanan, Estetika dan Kualitas yang dipersepsikan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel-variabel tersebut menjelaskan pengaruh dalam keputusan pembelian sebesar 37,6% sedangkan sisanya yaitu 62,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar persamaan model. Secara parsial dengan *level of significant* 5% variabel Daya Tahan, Pelayanan dan Estetika mempengaruhi signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel Kinerja, Tampilan, Keandalan, Kesesuaian dengan spesifikasi dan Kualitas yang dipersepsikan tidak berpengaruh secara parsial. Adapun variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah Estetika dengan nilai signifikansi paling kecil tidak lebih dari 0,05 yakni 0,002.

مستخلص البحث

فتوى أدما خيربي. عام ٢٠١٣ البحث. عنوان: " تأثير نوعية المنتج على قرار الشراء العلامة التجارية للهاتف المحمول بلاك بيرى "السوق السوداء" مسح على المشتريين بلاك بيرى BM فى التسوق عبر الإنترنت الفتوى الخلوية ١".

المشرف : الدكتور مشهور الماجستير الحج

الكلمة الرئيسية : جودة المنتج، قرار الشراء

ظروف من جودة المنتج BBM تأثير قوي في قرار الشراء. لأن جودة المنتج BB BM في الواقع منخفضة جدا. هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر على جودة المنتج في هذه الحالة هو الأداء، والمظهر، والموثوقية، والتوافق مع المواصفات، والمتانة، والخدمة، وعلم الجمال، والجودة الذين ينظر على قرارات الشراء النقلة العلامة بلاك بيرى "السوق السوداء" مسح على المشتريين بلاك بيرى BM فى التسوق عبر الإنترنت الفتوى الخلوية ١ إما جزئياً أو في وقت واحد.

يتم تنفيذ اختبار متعددة باستخدام الانحدار الخطي للنظر في صحتها وموثوقيتها وكذلك النظر في الافتراض التقليدي وهو الحياة الطبيعية، الخطية المتعددة، عدم تجانس، الارتباط الذاتي والخطي.

من نتائج التحليل في وقت واحد مع مستوى كبير من ٥٪، جودة المنتج الذي يمثله متغير الأداء، والمظهر، والموثوقية، والتوافق مع المواصفات، والمتانة، والخدمة، وعلم الجمال، والجودة الذين ينظر تأثير كبير على قرارات الشراء. هذه المتغيرات شرح تأثير قرارات الشراء على ٣٧.٦٪ في حين النسبة المتبقية ٦٢.٤٪ تفسير المتغيرات الأخرى خارج المعادلات نموذج. من النتائج التحليل في وقت واحد مع مستوى متقدم من ٥٪ جودة المنتج الذي يمثله متغير الأداء، والمظهر، والموثوقية، والتوافق مع المواصفات، والمتانة، والخدمة، وعلم الجمال، والجودة الذين ينظر تأثير كبير على قرارات الشراء. هذه المتغيرات شرح تأثير قرارات الشراء على ٣٧.٦٪ في حين النسبة المتبقية ٦٢.٤٪ تفسير المتغيرات الأخرى خارج المعادلات نموذج. جزئياً مع مستوى كبير من ٥٪ متغير المتانة والرعاية وجماليات تأثير كبير على قرارات الشراء في حين الأداء متغير، وعرض، والموثوقية، والامتثال للمواصفات والجودة لا ينظر إلى تأثير جزئي. المتغير الأبرز في التأثير على قرارات الشراء هي أهمية جمالية إلى أصغر قيمة لا تزيد عن ٥.٠٠٠، والذي هو ٠.٠٠٠٢.

ABSTRACT

Fatwa Adhma Khoiri, 2013 Thesis. Title: "The Effect of Product Quality to Purchase Decision of Mobile Branded BlackBerry " Black Market " The survey on BlackBerry BM Buyers on Online Stores Cellular Fatwa I " .

Lecturer : Dr. H. Masyhuri, Ir., MP

Keywords : Quality Product, Purchase Decision

Conditions of the Product Quality BB BM strong influence in the purchase decision. Because product quality BB BM in fact very low. This study aimed to determine the effect of the quality of the product in this case is the Performance, Display, Reliability, Compliance with specifications, Durability, service, aesthetics and quality perceived on purchase decisions BlackBerry Mobile Brand "Black Market" The survey on BlackBerry BM Buyers in Online Store Cellular fatwa I either partially or simultaneously.

The test is performed using multiple linear regression to consider the validity and reliability as well as considering the classical assumption, that is normality, multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation and linearity

From the results of simultaneous analysis with significant of level 5%, the product quality represented by the variable performance, display, Reliability, Compliance with specifications, Durability, service, aesthetics and quality perceived significantly influence purchasing decisions. These variables explain the influence purchasing decisions at 37.6% while the remaining 62.4% is explained by other variables outside the model equations. Partially with level of significant 5% variables Durability, Service and Aesthetics significant influence on purchasing decisions while variable performance, display, Reliability, Compliance with the specification and quality. perceived no partial effect. The most dominant variable in influencing purchase decisions are aesthetic to the smallest significance value of not more than 0.05, which is 0.002.