

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE DI ANS CELLULAR LURAGUNG KUNINGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan



Oleh:

FEDRIANSYAH

NIM. 20210510188

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI ANS CELULLER LURAGUNG KUNINGAN

Oleh:
FEDRIANSYAH
20210510188

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 1 Oktober 2025
di hadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji

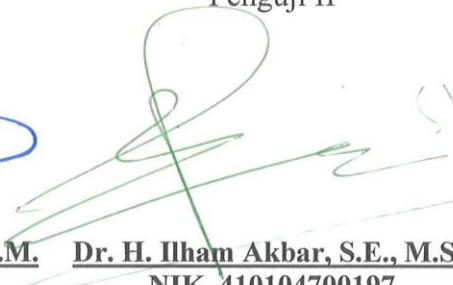
Penguji I

Penguji II

Penguji III



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.M.
NIK. 41038971055



Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si.
NIK. 410104700197



Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M.
NIK. 410101910251

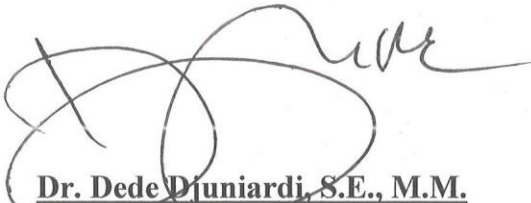
LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI ANS CELULLER LURAGUNG KUNINGAN

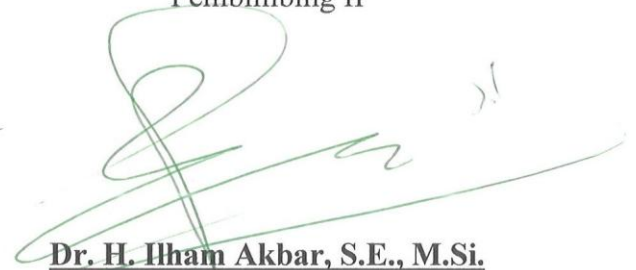
Oleh:
FEDRIANSYAH
20210510188

Telah Disetujui oleh Pembimbing
Kuningan, 1 Oktober 2025 -

Pembimbing I

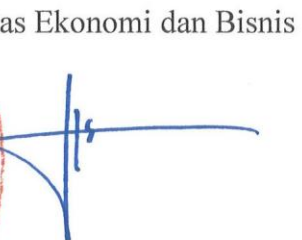

Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M.
NIK. 41038031154

Pembimbing II

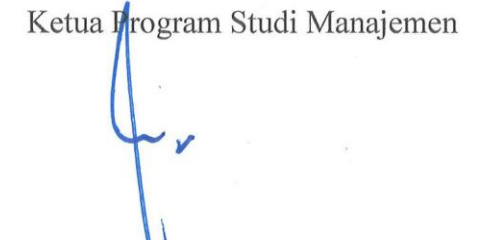

Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si.
NIK. 410104700197

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296

MOTTO PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Kita bergerak dan bersuara, berjalan jauh tumbuh bersama, sempatkan pulang ke beranda, untuk mencatat hidup dan harganya”

Hindia

PERSEMBAHAN:

Karya ini saya persembahkan untuk ayah dan ibu saya, sosok paling hebat yang menjadi pondasi paling kokoh dalam hidup saya. Memberikan jalan untuk tumbuh disertai dengan doa dan harapannya sampai bisa berada di titik ini. Segala rasa hormat, kasih sayang, dan cinta sudah tidak bisa diungkapkan dengan sederhana.. Terima Kasih.

LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul yaitu **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* di ANS Cellular Luragung Kuningan”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain atas keaslian karya saya ini.

Kuningan, September 2025

Yang Membuat Pernyataan



Fedriansyah
NIM. 20210510188

ABSTRACT

Fedriansyah. 20210510188. The Influence of Service Quality, Price Perception, and Product Completeness on Smartphone Purchasing Decisions at ANS Cellular Luragung Kuningan. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University. Supervised by Supervisor I: Dr. Dede Djuniadi, S.E., M.M., Supervisor II: Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si.

The purpose of this study was to determine the influence of service quality, price perception, and product completeness on smartphone purchasing decisions at ANS Cellular Luragung Kuningan. This research is a quantitative descriptive study. The population was consumers who purchased smartphones at ANS Cellular Luragung Kuningan, with a sample of 170 respondents obtained through purposive sampling. The data collection technique used a questionnaire with an interval scale of 1-10. Data analysis used multiple regression analysis with the help of IBM SPSS 27. The results of this study indicate that service quality, price perception, and product completeness simultaneously have a significant influence on purchasing decisions. Service quality partially has a positive and significant influence on purchasing decisions, price perception partially has a positive and significant influence on purchasing decisions, and product completeness partially has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Service Quality, Price Perception, Product Completeness, Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa berkat Rahmatnya sehingga penulis dapat menyusun proposal penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian” dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Manajemen di Universitas Kuningan.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana Kualitas dari Pelayanan, Persepsi Harga serta Kelengkapan Produk dalam suatu toko mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen. Pemahaman mengenai faktor-faktor yang akan diteliti sangat penting bagi para pelaku usaha agar dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif ke depannya, terutama di era persaingan pasar yang semakin ketat.

Dalam proses penyusunan usulan penelitian ini, penulis menerima banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan tulus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing 1 Bapak Dr. Dede Djuniardi, S. E., M.M dan Dosen Pembimbing 2 Bapak Dr. H. Ilham Akbar, SE., M.Si yang telah memberikan bimbingan, masukan, serta motivasi selama proses penyusunan usulan penelitian ini, serta para Dosen di Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang sangat berharga selama masa studi penulis.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat banyak kekurangan baik dalam isi maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran serta masukan dari pembaca guna memperbaiki penulisan proposal ini di masa yang akan datang.

Kuningan, 15 Maret 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis panjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa dorongan moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
2. Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
3. Ibu Enung Nurhayati. S.E., M.Si, Ak., CA., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
4. Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Bapak Tatang Rois, S.E., M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingannya kepada penulis.
7. Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang telah menyediakan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing dan membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing dan membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Staf Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
10. Seluruh Staf TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
11. Seluruh jajaran di ANS Cellular Luragung Kuningan yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mendukung peneliti ini.

12. Kepada Kedua Orang Tua Tercinta,. Atas segala doa, dukungan, dan perjuangan yang tak kenal lelah sehingga penulis dapat mencapai tahap ini dan meraih gelar sarjana.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan

Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlipat ganda. *Aamiin*. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Kuningan, September 2025

Penulis

Fedriansyah
NIM. 20210510188

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTTO PERSEMBAHAN

LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS

ABSTRAK..... i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

UCAPAN TERIMA KASIH..... iv

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL..... ix

DAFTAR GAMBARx

BAB I PENDAHULUAN1

13.1 Latar Belakang Masalah 1

13.2 Rumusan Masalah6

13.3 Tujuan Tenelitian.....6

13.4 Manfaat Penelitian.....7

13.4.1 Manfaat Teoritis.....7

13.4.2 Manfaat Praktis7

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS. 8

2.1 Landasan Teori8

2.1.1. Manajemen Pemasaran8

2.1.2. Perilaku Konsumen.....9

2.1.3. Keputusan Pembelian.....10

2.1.4.	Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.5.	Persepsi Harga	15
2.1.6.	Kelengkapan Produk.....	18
2.1.7.	Penelitian Terdahulu	20
2.1.8.	Hubungan Antar Variabel.....	25
2.2.	Kerangka Berpikir.....	27
2.3.	Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1.	Metode Penelitian.....	29
3.2.	Operasional Variabel.....	29
3.3.	Populasi dan Sampel	31
3.3.1.	Populasi.....	31
3.3.2.	Sampel	31
3.4.	Jenis Dan Sumber Data	32
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	33
3.6.	Uji Instrumen.....	34
3.6.1.	Uji Validitas	34
3.6.2.	Uji Reliabilitas	38
3.7.	Teknik Analisis Data	39
3.7.1.	Analisis Deskriptif	39
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.3.	Analisis Regresi Berganda.....	42
3.7.4.	Analisis Koefisien Determinasi	42
3.7.5.	Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45

4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden	46
4.1.3	Teknik Analisis Data.....	48
4.1.4	Analisis Regresi Berganda.....	60
4.1.5	Koefisien Determinasi	63
4.1.6	Pengajuan Hipotesis	63
4.2	Pembahasan	66
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.3	Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Data Penjualan Smartphone Periode 2020-2024.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	35
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X2)	36
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk (X3)	37
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	37
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	48
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga	51
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kelengkapan Produk.....	53
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Persamaan Regresi Berganda.....	61
Tabel 4. 14 Hasil Output Koefisien Determinasi	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Simultan)	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji t (Parsial).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Perbandingan Data Penjualan Samrtphone Periode 2020-2024	3
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian	28
Gambar 3. 1 Skala Interval.....	34
Gambar 4. 1 Logo ANS Cellular.....	45
Gambar 4. 2 Daerah Kriterium Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	50
Gambar 4. 3 Daerah Kriterium Variabel Persepsi Harga (X2).....	52
Gambar 4. 4 Daerah Kriterium Variabel Kelengkapan Produk (X3).....	54
Gambar 4. 5 Daerah Kriterium Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	56
Gambar 4. 6 Scatter Plot.....	60