

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG
(Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Kuningan Pembeli *Smartphone*
Samsung)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

ABYAN MUFASSIRIN

NIM 20200510078

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG
(Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Kuningan Pembeli *Samrtphone*
Samsung)**

Oleh:

ABYAN MUFASSIRIN

20200510078

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untk 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. Eeng Ahman, M.S
NIP 196106061995031002



Prof. Dr. H. Dikdik Harijadi, S.E., M.Si
NIK 41038971055



Faishal Kahimi, S.E., M.M
NIK 410110920236

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG
(Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Kuningan Pembeli *Samrtphone*
Samsung)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, 4 Juli 2024

Pembimbing I

Pembimbing II



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

NIK. 41038031154



Faishal Rahimi, S.E., M.M

NIK. 410110920236

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen



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

NIK. 41038971054



Dr. Rina Masrurroh, S.E., M.E.Sy

NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abyan Mufassirin

NIM : 20200510078

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kuningan

Dengan ini saya menyatakan skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG (Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Kuningan Pembeli *Smartphone* Samsung)** ini beserta seluruh isinya 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.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, September 2024

Yang Membuat Pernyataan,



ABYAN MUFASSIRIN
NIM. 20200510078

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“itami o kanjiro!, itami o kangaero!, itami o uketore!, itami o shire!. Itami o shinranu mono ni, hontou ho heiwa wakaran!. Koko yori sekai ni itami o!

SHINRA TENSEI!!!

“Rasakanlah kepedihan!, pikirkanlah kepedihan!, terimalah kepedihan!, ketahuilah kepedihan!, orang tidak tahu kepedihan tidak akan mengerti kedamaian yang sebenarnya, Dari sini dunia harus menerima kepedihan!”

-Pain Akatsuki

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan dengan penuh rasa terima kasih untuk mamah dan aa saya tercinta. Mamah dan Aa yang tanpa lelah dan penuh kasih sayang atas segala dukungan dan doa yang dipanjatkan. Terimakasih atas tetesan keringat dan pengorbanan yang telah kalian berikan

ABSTRAK

Abyan Mufassirin 20200510078 “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung” Dengan Pembimbing I Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M dan Pembimbing II Faishal Rahimi, S.E., M.M. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisni, Universitas Kuningan 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Kuningan, Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan Teknik pengumpulan data berupa kuesioner pada mahasiswa Universitas Kuningan pengguna *smartphone* Samsung. Sampel yang diambil berjumlah 100 responden ditentukan dengan rumus Lemeshow. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada *smartphone* samsung untuk meningkatkan pengalaman pengguna *smartphone* samsung.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, promosi, keputusan pembelian, *smartphone* samsung

ABSTRACT

Abyan Mufassirin 20200510078 "The Influence of Product Quality, Brand Image and Promotion on Samsung Smartphone Purchasing Decisions" With Supervisor I Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M and Supervisor II Faishal Rahimi, S.E., M.M. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University 2024.

This research aims to investigate the influence of product quality, brand image and promotion on purchasing decisions among Kuningan University students. The type of research used in this research is descriptive quantitative research. The method used in this research is a survey method with data collection techniques in the form of questionnaires among Kuningan University students who use Samsung smartphones. The sample taken was 100 respondents determined using the Lemeshow formula. The research results show that product quality, brand image and promotion simultaneously influence purchasing decisions. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, and promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions. The research results are expected to provide deeper insight into the factors that influence purchasing decisions on Samsung smartphones to improve the experience of Samsung smartphone users.

Keywords: product quality, brand image, promotion, purchasing decisions, Samsung smartphone

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan berkah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul yaitu: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG” (Penelitian Pada Mahasiswa Universitas Kuningan Pembeli Smartphone Samsung).**

Adapun penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sarat dengan kekurangan, karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan. Untuk kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Kuningan, September 2024

Peneliti

ABYAN MUFASSIRIN

20200510078

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, kelancaran, dan ketenangan hati serta pikiran dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Dari awal hingga akhir, saya diberikan kemudahan dan kelancaran dalam penulisan, serta mendapat banyak bimbingan, motivasi, semangat, dukungan, pengalaman, dorongan, kekuatan, dan kemudahan dari pihak-pihak yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Dengan ini, saya ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1 Allah SWT yang telah memberikan nafas kehidupan dan semua nikmat yang diberikan.
- 2 Ibu Aat dan A Fachri selaku ibu dan kakak yang sangat saya cintai, terimakasih atas segala doa yang selalu dipanjatkan untuk saya, atas segala dukungan yang selalu diberikan kepada saya.
- 3 Bapak Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M dan Bapak Faishal Rahimi, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing dan membina penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- 4 Ibu Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
- 5 Bapak Dr. Dikdik Harjadi, M.Si selaku rektor Universitas Kuningan.
- 6 Seluruh Staf Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas kuningan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
- 7 Teman-teman seperjuangan dari awal mengemban ilmu di Universitas Kuningan hingga detik ini terimakasih atas segala bentuk dukungan yang diberikan dan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
- 8 Semua pihak yang belum disebutkan secara tidak langsung mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Berkah dan Rahmatnya bagi kita semua. Semua kebaikan dan jasa tersebut akan selalu dikenang dan tersimpan dihati penulis.

Kuningan, September 2024
Penulis,

ABYAN MUFASSIRIN
NIM 20200510078

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
MOTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	14
PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang Masalah.....	14
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
BAB II	21
LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	21
2.1.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	21
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.2.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	24
2.1.2.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	27
2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	28
2.1.2.4 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	30
2.1.2.5 Tahapan-tahapan Keputusan Pembelian.....	32

2.1.3	Kualitas Produk.....	33
2.1.3.1	Dimensi Kualitas Produk	34
2.1.3.2	Indikator Kualitas Produk.....	38
2.1.3.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	38
2.1.3.4	Tingkatan Kualitas Produk	40
2.1.4	Citra Merek.....	40
2.1.4.1	Dimensi Citra Merek	41
2.1.4.2	Indikator Citra Merek	42
2.1.4.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	43
2.1.4.4	Manfaat Citra Merek.....	44
2.1.5	Promosi	44
2.1.5.1	Dimensi Promosi	45
2.1.5.2	Indikator Promosi	46
2.1.5.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi	46
2.1.5.4	Bauran Promosi	48
2.1.6	Hubungan Antar Variabel	49
2.1.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	49
2.1.6.2	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	49
2.1.6.3	Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	50
2.1.6.4	Hubungan Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
2.1.7	Penelitian Terdahulu.....	51
2.1	Kerangka Berpikir	54
2.3	Hipotesis	55
BAB III	57
METODE PENELITIAN	57
3.1	Penelitian	57
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	57
3.2.1	Variabel Independen.....	57
3.2.2	Variabel Dependen.....	58
3.3	Populasi dan Sampel.....	59

3.3.1	Populasi	59
3.3.2	Sampel	59
3.4	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.4.1	Data	60
3.4.1.1	Data Primer	60
3.4.1.2	Data Sekunder	61
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	61
3.4.2.1	Kueisoner	61
3.5	Uji Instrumen.....	62
3.5.1	Uji Validitas	62
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	64
3.6	Teknik Analisis Data	65
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	65
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	66
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	67
3.6.2.2	Uji Multikolinieritas.....	67
3.6.2.3	Uji Heterokedastisitas	67
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
3.6.3	Analisis Koefisien Determinasi	69
3.7	Uji Hipotesis.....	69
3.7.1	Uji Signifikan Simultan (Uji-F)	69
3.7.2	Uji Signifikan Parsial (Uji-T).....	70
BAB IV	71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1	Hasil Penelitian.....	71
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden.....	71
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.1.3	Analisis Deskriptif.....	73
4.1.3.1	Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1).....	73

4.1.3.2 Analisis Deskriptif Citra Merek (X2)	75
4.1.3.3 Analisis Deskriptif Promosi (X3).....	77
4.1.3.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	80
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	82
4.1.4.1 Uji Normalitas.....	82
4.1.4.2 Uji Multikolinieritas	83
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
4.1.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	86
4.1.7 Pengujian Hipotesis.....	86
4.1.7.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji-F).....	86
4.1.7.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji-T)	87
4.2 Pembahasan	87
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
BAB V.....	91
KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2019-2021	4
Tabel 1. 2 Persentase Penjualan <i>Smartphone</i> di Toko Hamid Store dan Toko Signora Store (Unit)	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	52
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	59
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	79
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Citra Merek.....	82
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Promosi	85
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	88
Tabel 4. 7 Uji Normalitas.....	91
Tabel 4. 8 Uji Multikolinieritas.....	92
Tabel 4. 9 Uji Heteroskedastisitas.....	93
Tabel 4. 10 Analisis Regresi Linier Berganda	94
Tabel 4. 11 Koefisien Determinasi.....	96
Tabel 4. 12 Hasil Output Uji-F	96
Tabel 4. 13 Hasil Output Uji-T	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	56
Gambar 3. 1 Skala Interval.....	64
Gambar 4. 1 Daerah Kriteria Variabel Kualitas produk (X1).....	81
Gambar 4. 2 Daerah Kriteria Variabel Citra Merek (X2).....	84
Gambar 4. 3 Daerah Kriteria Variabel Promosi (X3).....	87
Gambar 4. 4 Daerah Kriteria Variabel Keputusan Pembelian (Y)	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	:	Surat Pengantar Bimbingan Skripsi Surat Permohonan Izin Penelitian Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II	:	Surat Pengantar Kuesioner Kuesioner
Lampiran III	:	Data Hasil Perhitungan Kuesioner Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
Lampiran IV	:	Output Hasil Perhitungan SPSS versi 21.0
Lampiran V	:	Tabel F (taraf signifikansi 0,05) Tabel t (taraf signifikansi 0,05) Tabel r (taraf signifikansi 0,05)
Lampiran VI	:	Daftar Riwayat Hidup