

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP**

**KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

(Survey pada Konsumen *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh:

**RHAMA NUR CHIDAYAT**

**20200510138**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

(Survey pada Konsumen *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

**Rhama Nur Chidayat**

**20200510138**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 15 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

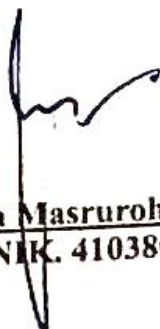
**Susunan Dewan Penguji**

**Penguji I,**



**Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M. S**  
NIP. 196110221986031002

**Penguji II,**



**Dr. Rina Masruroh, S.E., ME. Sy**  
NIK. 41038091296

**Penguji III,**



**Tatang Rofs. SE., M.Si**  
NIK. 41038091295

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG

(Survey pada Konsumen *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

Rhama Nur Chidayat

20200510138

Skripsi ini telah disidangkan pada tanggal 15 Juni 2024

Disetujui Oleh Pembimbing :


Kuningan, Juni 20204

Dosen Pembimbing I



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

Dosen Pembimbing II



Tatang Rois, SE., M.Si  
NIK. 41038091295

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Kepala Program Studi Manajemen



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

## PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya Rhama Nur Chidayat, menyatakan bahwa skripsi dengan judul pengaruh “*PRICE DISCOUNT DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG*” (Survey pada Konsumen *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan) adalah hasil tulisan saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan yang bertentangan atau dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak sengaja, 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, Juni 2024



**Rhama Nur Chidayat**

**NIM. 20200510138**

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTO**

Tidak akan menyerah, selama masih bisa berusaha. Dan sesulit apapun hari kita hari ini, tetaplah nikmati dan bersyukur.

### **Born To Fight**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta yang senan tiasa mensupport dari batiniah maupun material dari hal kecil sampai hal yang besar dan yang selalu sabar menghadapi anak seperti saya, ibu yang telah melahirkan dan mendidik saya dan yang selalu mengikatkan dalam segala hal apapun itu dan ayah orang yang tak kenal lelah yang selalu memberikan motivasi dan mendengarkan keluh kesah kehidupan ini, jangan lelah menghadapi anak seperti saya semoga ayah dan ibu diberikan Kesehatan selalu. Untuk kampus tercinta Universitas Kuningan, Teman-teman tercinta dan Untuk orang-orang yang selalu menanyakan saya kapan lulus.

## ABSTRAK

**RHAMA NUR CHIDAYAT 20200510138. PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG “Survei pada Konsumen *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan”. Dibimbing oleh Dr. Lili Karmela F., SE., M.Si & Tatang Rois, SE., M.Si.**

Keputusan pembelian merupakan sebuah keputusan final dari konsumen dalam menentukan pembelian suatu produk setelah melalui berbagai pertimbangan. Keputusan pembelian merupakan faktor pendorong yang utama dalam meningkatkan penjualan. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh *price discount* dan *brand image*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *price discount* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada konsumen *smartphone* samsung di kabupaten kuningan. Teknik pengambilan sampel menggunakan formula *Lemeshow* sehingga didapati sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya, hasil uji instrumen menyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Price Discount, Brand Image, Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACT**

**RHAMA NUR CHIDAYAT 20200510138. THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNT AND BRAND IMAGE ON THE DECISION TO PURCHASE A SAMSUNG SMARTPHONE "Survey of Samsung Smartphone Consumers in Kuningan Regency". Supervised by Dr. Lili Karmela F., SE., M.Si & Tatang Rois, SE., M.Si.**

The purchasing decision is the final decision of the consumer in determining the purchase of a product after going through various considerations. Purchasing decisions are the main driving factor in increasing sales. Purchasing decisions can be influenced by price discounts and brand image. This research was conducted to determine the influence of price discounts and brand image on purchasing decisions for Samsung smartphones. Data collection was carried out by distributing questionnaires given to Samsung smartphone consumers in Kuningan Regency. The sampling technique used the Lemeshow formula so that a sample of 100 people was obtained. Data were collected using a questionnaire which was then tested for validity and reliability. The instrument test results stated that the data used in this research was valid and reliable. Data analysis in this research uses multiple linear regression analysis. The research results show that (1) price discounts have a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions.

**Keywords:** Price Discount, Brand Image, Purchase Decision

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Price Discount dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung” (Survey pada Konsumen Smartphone Samsung di Kabupaten Kuningan) tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan yang penulis perbuat. Oleh karena itu, penulis berharap mendapat kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini sesuai dengan harapan.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Kuningan, Juni 2024

Penulis,

**RHAMA NUR CHIDAYAT**

**NIM 20200510138**



## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah rabbi' alamin, puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran allah swt karena berkat rahmat dan hidayah-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan)".

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, arahan, dan bimbingan serta saran-saran dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Untuk kedua orang tua tercinta, Ibu Emah Rohemah dan Bapak Udin Saefudin yang telah memberikan banyak dukungan batiniah maupun material, perhatian dan motivasi kehidupan selama saya hidup.
2. Dr. Lili Karmela F, S.E., M.Si selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dengan penuh kesungguhan dalam memberikan bimbingan, dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
3. Tatang Rois, SE., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dengan penuh keungguhan dalam memberikan bimbingan, dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Neng Evi Kartika, SE., M.M Selaku dosen Pembimbing akademik.
5. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.

6. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Dosen serta seluruh staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Kepada Kaka tercinta Rendy Indrianur Simpaty, Reza Restu Fadillah dan adik saya M. Revan Nur Rivaldy, serta keluarga besar yang senantiasa menghibur saya ketika bersedih dan memberikan semangat ketika malas mengerjakan skripsi.
9. Kepada kekasih sekaligus calon istri saya Iras Wahyuningrat, terima kasih sudah kebersamaian, menjadi tempat keluh kesah selama ini, selalu memberikan semangat, support setiap hari, dan selalu bertukar pikiran tentang kehidupan maupun tentang skripsi ini. Terima kasih aku sayang kamu selalu.
10. Kepada teman-teman seperjuangan skripsian M. Dandi Firdaus, Aditya Pratama, M. Imam Mustofa, Rifki Dwi Alfiananda, yang selalu bimbingan bersama dan melewati suka duka selama mengerjakan skripsi ini.
11. Kepada temen-temen seperjuangan Farhan, Aceng, Adi, dan lainnya, yang selalu support selama mengerjakan skripsi ini.
12. Kepada teman-teman seperjuangan di BPH Ginos Sparta, yang telah memberi dukungan dan support yang tak bisa saya sebutkan satu persatu, karena kalian saya mendapatkan pengalaman hidup yang baru dan berwarna.
13. Kepada teman-teman di WRT CREW telah memberi dukungan dan pengalaman yang tak bisa di lupakan.

14. Kepada teman teman kelas Manajemen E 2020 yang telah support serta telah memberikan pengalaman dan warna di hidup saya, yang tak bisa saya sebutkan satu persatu, kalian memang terbaik.
15. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan banyak terima kasih dan meminta maaf, kalau bukan karena kalian saya tidak bisa menyelesaikan skripsi ini, sehat selalu orang-orang baik di sekitar dan panjang umur untuk hal-hal baik, semoga Tuhan selalu melindungi dimanapun kalian berada. Terima kasih dan maaf belum bisa memberikan timbal balik kepada kalian, barokah *always* untuk kalian

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>PERNYATAAN OTENTITAS</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
<b>1.4.1</b> Manfaat Teoritis .....	<b>8</b>
<b>1.4.2</b> Manfaat Praktis .....	<b>8</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
<b>.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	25
2.3 Penelitian Terdahulu .....	28
2.4 Kerangka Berpikir .....	31

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Metode Penelitian.....	34
3.2. Operasionalisasi Variabel.....	35
3.3. Populasi dan Sampel .....	37
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Uji Instrumen.....	40
3.7. Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	52
4.2. Pembahasan .....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Rentang Nilai Skor Angket .....	40
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas .....	41
Tabel 3. 4 Hasil Uji Realibilitas Kuesioner.....	43
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif Price Discount.....	59
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Brand Image.....	62
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	65
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	71
Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	73
Tabel 4. 8 Hasil Uji F (Simultan).....	74
Tabel 4. 9 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	33
Gambar 4. 1 Daerah Kriteria Variabel Price Discount (X1).....	61
Gambar 4. 2 Daerah Kriteria Variabel Brand Image (X2).....	64
Gambar 4. 3 Daerah Kriteria Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	67
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
- LAMPIRAN II : Kuisisioner
- LAMPIRAN III : Data Hasil Perhitungan Kuisisioner
- LAMPIRAN IV : Output Hasil Perhitungan Spss Versi 25
- LAMPIRAN V : Tabel F dan T
- LAMPIRAN VI : Riwayat Hidup