

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA
SMARTPHONE SAMSUNG**

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

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen



**ALAN MAULANA
20200510224**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KUNINGAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA
SMARTPHONE SAMSUNG

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

Disusun Oleh :

ALAN MAULANA
20200510224

Telah berhasil memertahankan skripsinya pada tanggal 14 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

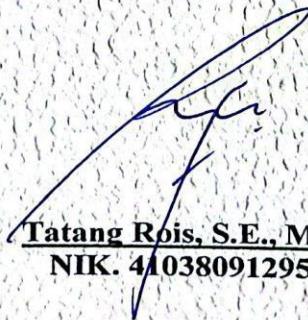
Susunan Dewan Penguji

Penguji I,




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

Penguji II,



Tatang Rois, S.E., M.Si
NIK. 41038091295

Penguji III,



Faishal Rahimi, S.E., M.M.
NIK. 410112770189

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA
SMARTPHONE SAMSUNG

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

Disusun Oleh :

ALAN MAULANA
20200510224

Skripsi ini telah disidangkan pada tanggal 14 Juni 2024

Disetujui Oleh Dosen Pembimbing :

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,



Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M
NIK.410106710221

Pembimbing II,



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

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Kuningan



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si.
NIK. 41028971054

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK KEPUASAN PELANGGAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA SMARTPHONE SAMSUNG** (Survey pada Konsumen Smartphone Samsung di Hitech Cellular Kabupaten Kuningan)”, beserta isinya adalah benar karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiarisme atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam lingkungan keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya bersedia untuk bertanggung jawab dan menanggung risiko apapun yang diberikan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau terdapat klaim mengenai keaslian karya yang saya buat ini.

Kuningan, Mei 2024

Penulis,



ALAN MAULANA
20200510224

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Disaat kamu sedang malas – malasan, disaat kamu sedang tidur – tiduran ingatlah ribuan bahkan jutaan pesaingmu sedang berusaha keras untuk bisa mengalahkanmu dan jangan mau jadi pecundang karena kegagalan, karena dari kegagalan kita bisa tau kemana kita harus melangkah.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillahirobbiil alamiin, sungguh perjalanan yang cukup panjang telah saya lalui untuk mendapatkan gelar sarjana S1 ini, rasa syukur dan bahagia yang telah saya rasakan ini, akan saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang sangat saya cintai serta telah men support dan mewujudkan keinginan saya untuk bisa menyandang gelar sarjana ini dan tentunya saya ingin mengangkat derajat kedua orang tua saya terlebih dulu karena mereka telah memberikan segalanya kepada saya.

ABSTRAK

ALAN MAULANA (2024) “Pengaruh Kualitas Produk Kepuasan Pelanggan Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada *Smartphone* Samsung”. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Dibimbing Oleh Bapak Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M dan Bapak Faishal Rahimi, S.E, M.M.

Dapat kita ketahui di era teknologi yang semakin canggih ini, bahwa *smartphone* sudah menjadi alat yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat dan bahkan sudah menjadi kebutuhan pokok dalam menjalankan kehidupan sehari – hari.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu brand yang cukup terkenal yaitu samsung, dimana yang saat ini banyak *smartphone* keluaran terbaru yang mampu menyaingi samsung baik dari segi desain, kualitas maupun harga yang di tawarkannya tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana strategi pemasaran yang biasanya dilakukan dalam bisnis yang pemasaran *smartphone* untuk menciptakan keputusan pembelian berulang.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1),kepuasan pelanggan (X2) dan *brand image* (X3) dan variabel dependennya adalah keputusan pembelian ulang. Metode analisis yang digunakan adalah Analisa regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 25 for Windows.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan pengguna *smartphone* samsung di kabupaten kuningan dengan syarat yang telah ditentukan yaitu melakukan pembelian ulang atau pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dari semua kalangan dan juga semua jenis kelamin (laki-laki dan perempuan). Data yang diperoleh merupakan data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden atau kuesioner yang disebar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan di temukan kualitas produk, kepuasan pelanggan dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang dan uji hipotesis secara parsial juga ditemukan kualitas produk kepuasan pelanggan dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata kunci: kualitas produk, kepuasan pelanggan, *brand image* dan keputusan pembelian ulang.

ABSTRACT

ALAN MAULANA (2024)''The Influence of Product Quality, Customer Satisfaction and Brand Image on Repurchase Decisions on Samsung Smartphones''. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Supervised by Mr. Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M and Mr. Faishal Rahimi, S.E, M.M.

We can see that in this era of increasingly sophisticated technology, smartphones have become a very important tool for people's lives and have even become a basic necessity in carrying out daily life. This research was conducted on one of the well-known brands, namely Samsung, where currently there are many of the latest smartphones that are able to compete with Samsung in terms of design, quality and price offered. The purpose of conducting this research is to find out about how marketing strategies are usually carried out. in businesses that market smartphones to create repeat purchasing decisions.

The independent variables used in this research are product quality (X1), customer satisfaction (X2) and brand image (X3) and the dependent variable is the decision to repurchase. The analysis method used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 25 for Windows. The sample used in this research was 100 respondents who were Samsung smartphone users in Kuningan Regency with predetermined conditions, namely making repeat purchases or having made purchases at least twice from all groups and also all genders (men and women).

The data obtained is primary data which is the result of respondents' answers or questionnaires distributed. The results of this research show that simultaneously it was found that product quality, customer satisfaction and brand image had a significant effect on repurchase decisions and in partial hypothesis testing it was also found that product quality, customer satisfaction and brand image had a positive and significant effect on repurchase decisions.

Keywords: product quality, customer satisfaction, brand image and repeat purchase decisions.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK KEPUASAN PELANGGAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA *SMARTPHONE SAMSUNG* (Survey pada Konsumen Smartphone Samsung di *Hitech Cellular* 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 kesempurnaanskripsi ini sesuai dengan harapan.

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

Kuningan, Mei 2024

Penulis,

ALAN MAULANA
NIM. 20200510224

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, penulis banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan, serta dorongan semangat baik itu bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua yang tercinta, selama ini telah membantu penulis dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, dan do'a yang tidak pernah berhenti mengalir demi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen Pembimbing I, selaku dosen pembimbing Ibu Wachjuni, S.E., M.M yang telah bersedia meluangkan waktu, tempat, tenaga, dan kesabaran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Faishal Rahimi, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan, arahan, dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan, yaitu Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy.
6. Wakil Dekan I yaitu Ibu Enung Nurhayati, S.E., M.Si., Ak., C.A dan Bapak Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M sebagai Wakil Dekan II, terima kasih atas pembinaannya selama saya menjadi mahasiswa FEB Universitas Kuningan.
7. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.

9. Kepada kedua adik saya yang selalu menghibur penulis yaitu Nisa Aulia dan Rizky Nur Hakim
10. Teman seperjuangan sekaligus teman dekat saya di kampus terutama yaitu Luthfi Baihaqi (King Rudal) dan Ayu Hikmatun Nafi'ah, Cindy Amala Berta, Silvi Eka Septiana, Rina Karlina, Tika Utami Ningrum dan Rhama Nur Chidayat yang telah bersamai selama perkuliahan dengan memberikan semangat, motivasi, canda dan tawa.
11. Kepada teman dekat saya yang telah bersamai penulis dari SMA, pendaftaran kuliah sampe sekarang saya menyelesaikan skripsi ini, yang selalu ada di saat penulis senang maupun duka yaitu Defrian Nugraha saya ucapkan banyak – banyak terima kasih karena selalu saja ada yang di tertawakan meskipun itu tidak jelas apa yang di tertawakan.
12. Kepada teman dekat saya yaitu Apif Abdul Sholeh yang selalu di repotkan selama proses kuliah sampai menyusun skripsi ini karena telah sabar menemani penulis dan masih mau jadi teman yang di repotkan penulis.
13. Terima kasih juga kepada diri saya sendiri karena telah mampu menyelesaikan skripsi ini sampai akhir, meskipun banyak sekali rintangan yang harus di tempuh penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
14. Terakhir kepada seseorang yang berinisial H.N terima kasih telah memberikan pembelajaran yang sangat berharga bagi penulis, oleh karena itu anda akan menjadi salah satu alasan saya untuk tetap berproses menjadi pribadi yang lebih baik lagi, Terima kasih telah menjadi bagian menyenangkan dan menyakitkan dari proses pendewasaan penulis. Sampai berjumpa dalam versi terbaik menurut takdir dan semoga hal–hal baik selalu menyertai anda.

Akhir kata, semoga budi baik dari semua pihak yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis, serta umumnya bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Kuningan Mei 2024

ALAN MAULANA
NIM. 20200510224

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat teoritis	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS. 11	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian Ulang.....	11
2.1.2 Kualitas Produk.....	19
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	24
2.1.4 Brand Image	28
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang. 32	
2.2.2 Hubungan kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	33
2.2.3 Hubungan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Ulang	34
2.3 Penelitian Terdahulu	35
2.4 Kerangka Berpikir.....	39
2.5 Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Metode Penelitian.....	42
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	42
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi	45
3.3.2 Sampel.....	45
3.4 Jenis dan Sumber Data	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Uji Instrumen	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.7 Rancangan Analisis Data.....	52
3.7.1 Analisis Deskriptif	52
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	53
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi	56
3.7.5 Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	59
4.1.2 Karakteristik Responden.....	60
4.1.3 Analisis Deskriptif	62
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	70
4.1.5 Uji Regresi Linear Berganda	73
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi	75
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	75
4.2. Pembahasan	78
4.2.1. Pengaruh Kualitas Produk Kepuasan pelanggan dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Smartphone Samsung	78
4.2.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Smartphone samsung.....	79

4.2.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Smartphone Samsung.....	79
4.2.4. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Smartphone Samsung	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Market Share Smartphone Indonesia 2020-2022	3
Tabel 1. 2 Penjualan Smartphone di Toko Hitech Cellular 5 Tahun Terakhir	4
Tabel 1. 3 Data Hasil Survey Respon Tentang Smartphone Samsung	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Rentang Nilai Skor Angket	47
Tabel 3. 3 Uji Validitas Kualitas Produk.....	48
Tabel 3. 4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 3. 5 Uji Validitas Brand Image.....	50
Tabel 3. 6 Uji Validitas Keputusan Pembelian Ulang.....	50
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Semua Variabel	52
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Kualitas Produk	62
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	64
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Brand Image	66
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian Ulang	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji t (Uji Parsial)	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4. 1 Logo Brand Samsung.....	59
Gambar 4. 2 Daerah Kriteria variabel Kualitas Produk (X1).....	64
Gambar 4. 3 Daerah Kriteria Variabel Kepuasan Pelanggan (X2).....	66
Gambar 4. 4 Daerah Kriteria Variabel Brand Image (X3).....	68
Gambar 4. 5 Daerah Kriteria Variabel Keputusan Pembelian Ulang(Y).....	70