

**PENGARUH FITUR PRODUK, DESAIN PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE VIVO***

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh:

ELSA PRAMUDITA

20210510387



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

2025

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH FITUR PRODUK, DESAIN PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE VIVO*

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

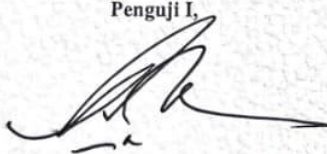
Disusun Oleh :

ELSA PRAMUDITA
20210510387

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 18 Juni 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.

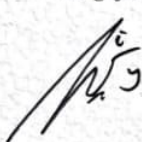
Susunan Dosen Penguji :

Penguji I,



Oding Syafrudin, M.M
NIP. 196106061995031001

Penguji II,



Welv Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

Penguji III,



Winda Oktaviani, S.E., M.M
NIK. 410108880250

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH FITUR PRODUK, DESAIN PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE VIVO*

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

ELSA PRAMUDITA
20210510387

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juni 2025

Pembimbing I,



Dr. H. Iskandar, M.M
NIP. 196205081987031003

Pembimbing II,



Winda Oktaviani, S.E., M.M
NIK. 410108880250

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Kepala Program Studi Manajemen

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

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ELSA PRAMUDITA**

NIM : **20210510387**

Program Studi : **Manajemen**

Judul Skripsi : **PENGARUH FITUR PRODUK, DESAIN PRODUK
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE VIVO***

(Survei pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Menyatakann dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri dan bukan duplikasi atau karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam daftar Pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan karya dalam penulisan skripsi ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penulis.

Kuningan, Mei 2025

Penulis,

A yellow rectangular revenue stamp with a grid pattern. It contains the text 'KABUPATEN KUNINGAN' at the top, 'MEIERAI TEMPEL' in the center, and 'D4B-AMX404995472' at the bottom. A handwritten signature in blue ink is written over the stamp.

ELSA PRAMUDITA

NIM. 20210510387

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Orang lain gak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

(Fardi Yandi)

“Hidup boleh kacau, asal harus tetap hidup. Akan kuhadapi semuanya walaupun sambil nangis dan sambil ngucapin Ya Allah Ya Allah ratusan kali per harinya”

(Elsa Pramudita)

“Perang telah usai, aku bisa pulang. Kubaringkan panah dan berteriak MENANG!!!!!!”

(Nadin Hamzah)

PERSEMBAHAN

“Skripsi ini ku persembahkan untuk Mamah, Bapak dan ketiga kakakku. Orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta yang selalu memberikan motivasi. Terima kasih untuk semua berkat do’a dan dukungan mamah, bapak dan ketiga kakakku sehingga saya bisa berada dititik ini. Sehat selalu dan tolong hiduplah lebih lama lagi”.

ABSTRAK

ELSA PRAMUDITA. (20210510387). Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pembimbing I Bapak Dr. H. Iskandar, M.M dan Pembimbing II Ibu Winda Oktaviani, S.E.,M.M.

Permasalahan penelitian ini penurunan penjualan *Smartphone* Vivo. Pada tahun 2023 dimana cabang pertama menjual 123 unit dan kemudian cabang kedua menjual 115 unit. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh fitur produk, desain produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian ini menggunakan metode survei eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini pengguna *smartphone* vivo yang ada di Kabupaten Kuningan yang tidak diketahui jumlahnya. Menggunakan rumus hair untuk menentukan jumlah sampel yang akan menjadi target penelitian. Metode pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner dengan menggunakan skala interval 1 sampai 10, dan Teknik analisis data di penelitian ini analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan : (1) Fitur Produk, Desain Produk dan Brand Image secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Fitur Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (4) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Fitur Produk, Desain Produk dan *Brand Image*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

ELSA PRAMUDITA. (20210510387). *The Influence of Product Features, Product Design and Brand Image on Purchase Decisions (Survey on the People of Kuningan Regency). Management Study Program, Faculty of Economics and Business. Supervisor I Mr. Dr. H. Iskandar, M.M and Supervisor II Mrs. Winda Oktaviani, S.E., M.M.*

The problem of this research is the decline in Vivo smartphone sales. In 2023, the first branch sold 123 units and then the second branch sold 115 units. The objective of this research is to determine the influence of product features, product design, and brand image on purchasing decisions. This research method uses explanatory survey methods with a quantitative approach. The population of this study is Vivo smartphone users in Kuningan Regency, the number of which is unknown. The Hair formula is used to determine the sample size that will be the target of the study. Data collection method uses questionnaires with an interval scale from 1 to 10, and the data analysis technique in this study is multiple linear regression analysis. The results of the study show that: (1). Product Features, Product Design and Brand Image together (simultaneously) have a significant effect on Purchase Decisions. (2) Product Features have a positive and significant effect on Purchase Decisions. (3) Product Design has a positive and significant effect on Purchase Decisions. (4) Brand Image has a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords : *Product Features, Product Design and Brand Image, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. dengan segala rahmat, nikmat, rezeki dan karunia-Nya. Dan tak lupa sholawat beserta salam semoga tercurah limpah kepada baginda Rasulullah SAW yakni Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH FITUR PRODUK, DESAIN PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO (survei pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”**

Proposal penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Peneliti menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan berpikir peneliti serta keterbatasan waktu dan kesempatan. Namun peneliti berharap skripsi ini akan bermanfaat dan dapat memberikan informasi bagi pihak yang membutuhkan. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti banyak memperoleh bimbingan dan bantuan serta saran-saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kuningan, Mei 2025

Penulis

Elsa Pramudita

20210510387

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama saya ucapkan Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”**. Dalam melakukan penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta doa hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada :

1. Cinta pertamaku dan panutanku, Bapak Enda Siswanda dan Mamah Inah, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya, dua orang yang selalu mengusahakan anak bungsunya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya meskipun mereka berdua hanya bisa menempuh Pendidikan sampai tahap dasar. Kepada Bapak saya terima kasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan menjadi sebuah nafkah demi anakmu yang bisa sampai pada tahap ini, demi anakmu dapat mengenyam Pendidikan sampai ke Tingkat ini. Untuk mamah saya, terima kasih atas segala do'a, pesan, motivasi dan harapan yang selalu mendampingi setiap Langkah dan ikhtiar anakmu untuk menjadi seseorang yang berpendidikan. Terima kasih atas kasih sayang tanpa batas yang tak pernah lekang oleh waktu, atas kesabaran dan pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup saya, terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi, serta pelita yang tak pernah padam

dalam setiap langkah yang saya tempuh. Terakhir, terima kasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak kan pernah terhitung jumlahnya *I Love You More More and More*.

2. Untuk ketiga Kakak Kandungku, A Dian Adi Patria, Teh Dini Handayani (Almh), A Bayu Hendriana, B.I.M serta Kakak Iparku A Ermas Nur Cipto dan Teh Irma Fatimah (Almh) terima kasih atas *support*, motivasi, serta finansial yang sudah engkau keluarkan untukku, sehingga penulis bisa sampai tahap ini dan menjadi adik bungsumu yang berpendidikan tinggi. Kalau bukan karena kalian mungkin penulis tidak akan bisa merasakan bangku perkuliahan. Hanya dengan kata terima kasih banyak yang bisa penulis ucapkan kepadamu. Teruntuk (Almh) Tete Terkasihku Teh Dini Handayani engkau meninggalkanku disaat tiga hari sebelum penulis melaksanakan sidang skripsi, kini hanya dengan do'a yang bisa penulis panjatkan untukmu. Terima kasih telah menjadi kakak terbaik untukku selama ini. Istirahat yang tenang dan bahagia selalu di alam sana.
3. Keponakan saya tercinta Raisya Dewi Anjani dan Raihana Nur Zahira terima kasih atas kelucuan-kelucuan yang membuat penulis senang sehingga penulis semangat mengerjakan penelitian ini sampai selesai.
4. Bapak Dr. H. Iskandar, M.M selaku dosen pembimbing I terima kasih atas bimbingan, saran, motivasi serta kesabaran yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Winda Oktaviani, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing II terima kasih atas bimbingan, saran, motivasi serta kesabaran yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Ibu Rina Masruroh, S.E., ME.Sy., selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
9. Bapak Iqbal Arraniri, S.E.I., M.M selaku dosen pembimbing akademik penulis selama perkuliahan.
10. Dosen dan seluruh staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
11. Gadget Store Kuningan yang telah memberikan izin penelitian serta Bapak Jaka Subrata selaku owner dari tempat penelitian penulis yang telah membantu dalam mengurus penelitian ini.
12. Sahabat-sahabat terbaikku, Indah Agustiani, Fitri Andiani Seruni, Annisa Dwi Setiani dan Elvian Dwi Anggriyani yang selalu menemani, memberikan dorongan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
13. Teman-teman kelas Manajemen E Angkatan 2021, terima kasih atas suka dan dukanya selama 4 tahun masa perkuliahan serta dukungan dan doanya selama ini.
14. Tak lupa setiap waktu saya selalu berterima kasih kepada Allah SWT, karena telah memberikan nikmat serta ridha-Nya dan telah mempermudah segalanya.

15. Kepada *partner special* saya Muhammad Ilham Ramadhan, S.Pd yang selalu menemani dan selalu menjadi *support system* penulis setiap harinya yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran maupun bantuan dan senantiasa sabar menghadapi saya, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga penyusunan skripsi ini selesai.
16. Terakhir untuk diri saya sendiri, Elsa Pramudita. Terima kasih telah mampu berusaha keras dan tetap berjuang sampai bisa di titik ini. Banyak sekali hal sulit yang kamu hadapi walau banyak yang di korbankan dari waktu, pikiran, tenaga, mental, tetapi kamu masih bisa tetap bertahan hingga sejauh ini. Terima kasih telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin dalam proses penyusunan skripsi ini, ini adalah pencapaian terbesar yang patut dibanggakan untuk diri saya sendiri. *Proud Of Me!*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERTNYATAAN OTENTISITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ...	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Keputusan Pembelian	14
2.1.3 Fitur Produk	22
2.1.4 Desain Produk.....	23
2.1.5 Brand Image.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	31

2.3	Hubungan Antar Variabel.....	36
2.3.1	Pengaruh Fitur Produk dengan Keputusan Pembelian	36
2.3.2	Pengaruh Desain Produk dengan Keputusan Pembelian	37
2.3.3	Pengaruh Brand Image dengan Keputusan Pembelian	37
2.4	Kerangka Berfikir	38
2.5	Hipotesis	40
BAB III		41
METODE PENELITIAN		41
3.1	Metode Penelitian	41
3.2	Definisi Operasional Variabel	41
3.3	Populasi dan Sampel penelitian	43
3.3.1	Populasi.....	43
3.3.2	Sampel	43
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.4.1	Jenis Data.....	43
3.4.2	Sumber Data	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6	Uji Instrumen	45
3.6.1	Uji Validitas	45
3.6.2	Uji Reliabilitas	47
3.7	Teknik Uji Analisis	49
3.7.1	Analisis Deskriptif	49
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda	51
BAB IV		54
HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Hasil Penelitian	54
4.1.1	Sejarah Singkat Smartphone Vivo	54
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden Penelitian	55
4.1.3	Analisis Deskriptif	58

4.1.4	Uji Asumsi Klasik	68
4.1.5	Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.2	Pembahasan.....	75
4.2.1	Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.2.2	Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.2.3	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.2.4	Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
BAB V		79
KESIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pengguna Smartphone di Indonesia.....	1
Tabel 1.2 Data Penjualan Smartphone Vivo di Indonesia.....	2
Tabel 1.3 Data Penjualan Smartphone di Gadget Store Kuningan	4
Tabel 1.4 Data Penjualan Smartphone di Gadget Store Cilimus	4
Tabel 1.5 Data hasil Pra-Survei.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel	42
Tabel 3.2 Rentang Nilai Skor Angket	44
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Fitur Produk	45
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Desain Produk.....	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Brand Image.....	46
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Keputusan pembelian.....	46
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Fitur Produk.....	47
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Desain Produk	48
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image	48
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	57
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Fitur Produk (X1).....	58
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Brand Image (X3)	61
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Brand Image (X3)	63
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan)	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Keputusan Pembelian	6
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Logo Smartphone Vivo	54
Gambar 4.2 Deskriptif Variabel Fitur Produk (X1)	60
Gambar 4.3 Deskriptif Variabel Desain Produk (X2)	63
Gambar 4.4 Deskriptif Variabel Brand Image (X3)	65
Gambar 4.5 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	68