

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI ONLINE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI**

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari

Syarat Memperoleh Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh :

**FERA AZMII AQIL A'ISY**

**NIM. 20200510066**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

### PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Oleh :

**FERA AZMII AQIL A'ISY**

**20200510066**

Telah berhasil mempertahankan 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.

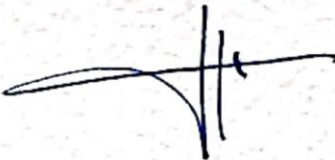
#### Susunan Dewan Penguji

**Penguji I**



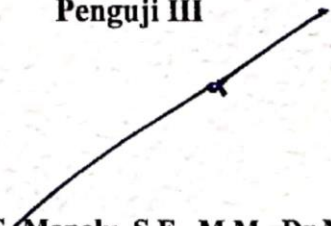
**Prof. Dr. H. Disman, MS**  
NIP. 19590209198412101

**Penguji II**



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

**Penguji III**



**Vigory G. Manalu, S.E., M.M., Dr.M.**  
NIK. 410108920219

**LEMBAR PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI ONLINE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI**

**(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)**

Oleh :

**FERA AZMII AQIL A'ISY**

**20200510066**

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

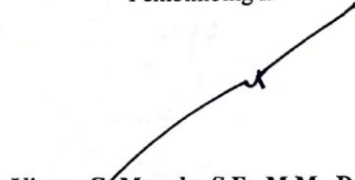
Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I



**Dr. Iskandar, M.M**  
**NIP. 19620508198701003**

Pembimbing II



**Vigory G. Manalu, S.E., M.M., Dr.M.**  
**NIK. 410108920219**

*Mengetahui*

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Kepala Program Studi Manajemen



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

## PERNYATAAN OTENTITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Online Smartphone Xiaomi (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)" beserta seluruh isinya adalah benar – benar karya sendiri, dan bukan duplikasi atau jiplakan dari karya orang lain, kecuali bagian – bagian yang telah disebutkan atau dirujuk dalam daftar pustaka. Apabila di lain waktu ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini. Maka hal ini merupakan tanggung jawab penulis.

Kuningan, Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



**FERA AZMI AQIL A'ISY**  
**NIM. 20200510066**

---

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Setiap Cahaya yang kita lihat berasal dari kilauan matahari, dan setiap kesempurnaan berasal dari rasa syukur”

(Jalaludin Rumi)

Tenang menerima yang tidak bis akita ubah, berani mengubah yang bis akita ubah, dan bijak untuk membedakan keduanya.”

(Filosofi Stoa)

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk Bapak, Almh Ibu, Adik, dan Kakak tercinta.

Serta sahabat dan teman seperjuangan yang selalu support.

## **ABSTRAK**

**FERA AZMII AQIL A'ISY. 20200510066. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan 2024.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian smartphone Xiaomi pada Masyarakat Kabupaten Kuningan. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah dengan metode survei explanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat kabupaten Kuningan. Sampel pada penelitian ini diambil sebanyak 110 responden. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala likert 1-5. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Produk dan Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi online terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** *Kualitas Produk, Promosi Online, Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACT**

**FERA AZMII AQIL A'ISY. 20200510066. The Influence of Product Quality and Online Promotion on Xiaomi Smartphone Purchase Decisions (Survey on the People of Kuningan Regency). Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Kuningan 2024.**

The purpose of this study is to determine the influence of Product Quality and Online Promotion on Xiaomi smartphone Purchase Decisions in the People of Kuningan Regency. The method used in the study is the explanatory survey method with a quantitative approach. The population of this study is the people of Kuningan district. The sample in this study was taken as many as 110 respondents. The data collection technique that the author used in this study was a questionnaire and its measurement using a Likert scale of 1-5. Data analysis using multiple linear regression analysis assisted by SPSS 25 application. The results of this study show that: (1) There is a simultaneous influence between Product Quality and Online Promotion on Purchasing Decisions (2) There is a positive and significant influence of product Quality on purchasing decisions (3) There is a positive and significant influence of online Promotion on purchasing decisions.

**Keywords** : *Product Quality, Online Promotion, Purchase Decision*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Penulis menyadari bahwa hasil penyusunan laporan penelitian ini masih anayak kekurangan dan jaur dari sempurna, maka dari itu penulis sangat berharap kesediaan pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan laporan penelitian ini. Akhir kata penulis menyampaikan besar permohonan maaf kepada pembaca apabila terdapat kesalahan di dalam laporan penelitian ini dan penulis berharap semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Kuningan, Juni 2024

Penulis

Fera Azmii Aqil A'isy



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS..</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	17
2.1.3 Promosi <i>Online</i> .....	22
2.1.4 Hubungan Antar Variabel .....	27
2.1.5 Penelitian Terdahulu .....	28
2.2 Kerangka Berpikir.....	37
2.3 Hipotesis.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan .....	41

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
3.4.1 Jenis Data .....	46
3.4.2 Sumber Data.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.6 Uji Instrumen .....	48
3.6.1 Uji Validitas .....	48
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	53
3.7 Teknik Uji Analisis .....	56
3.7.1 Analisis Dekriptif.....	56
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.8 Analisis Regresi Berganda .....	58
3.8.1 Koefisien Determinasi.....	59
3.9 Uji Hipotesis .....	60
3.9.1 Uji F (Simultan) .....	60
3.9.2 Uji t (Uji Parsial).....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	63

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	63
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden .....	64
4.1.3 Teknik Analisis Data.....	67
4.1.4 Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis .....	77
4.2 Pembahasan.....	80
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.2.3 Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian .....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Pasar Smartphone Indonesia, 5 Perusahaan Teratas dalam Pengiriman (Shipments), Pangsa Pasar (Market Share), dan Pertumbuhan YoY, 2023 (Pengiriman dalam Jutaan).....	2
Gambar 1. 2 Data Top Brand Index Subkategori : Smartphone Tahun 2019 – 2023 .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	39
Gambar 4. 1 Daerah Kriteria Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	69
Gambar 4. 2 Daerah Kriteria Variabel Kualitas Produk (X1) .....	72
Gambar 4. 3 Daerah Kriteria Variabel Promosi Online (X2) .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan (unit) <i>Smartphone</i> Xiaomi di Kuningan .....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	42
Tabel 3. 2 Rentang Nilai Kuesioner atau Angket .....	48
Tabel 3. 3 Uji Coba Validitas Kualitas Produk (X1) .....	49
Tabel 3. 4 Uji Coba Validitas Promosi Online (X2).....	51
Tabel 3. 5 Uji Coba Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	51
Tabel 3. 6 Uji Coba Reliabilitas Kualitas Produk (X1) .....	54
Tabel 3. 7 Uji Coba Reliabilitas Promosi Online (X2) .....	54
Tabel 3. 8 Uji Coba Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	66
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) .....	67
Tabel 4. 6 Analisa Deskriptif Kualitas Produk (X1) .....	70
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Promosi Online (X2) .....	72

Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas .....	75
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji F (Simultan) .....	78
Tabel 4. 12 Hasil Uji t (Parsial) .....	79