

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK SAMSUNG
(Studi di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang).**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen**



**Disusun Oleh:
EVANOZ PRINCE SUNTOKAOUW
20022000236**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Evanoz Prince Suntokaouw
Nomor Pokok : 20022000236
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK SAMSUNG

Malang, 12 Februari 2024

Ketua Program Studi



Irany Widhyastiti, SE., MM.

Dosen Pembimbing



Drs. Nirwana, M.M.

Dekan



Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Evanoz Prince Suntokaouw

20022000236

Telah dipertahankan di depan Dewan penguji

Pada tanggal 21 Februari 2024

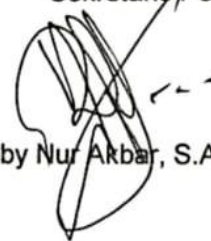
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



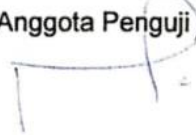
Drs. Nirwana, M.M.

Sekretaris Penguji



Roby Nur Akbar, S.AB., M.AB.

Anggota Penguji



Dr. Pudjo Sugito, MBA

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 21 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



Prof. Dr. Fajar Supanto, M.Si.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Evanoz Prince Suntokaouw

NIM : 20022000236

Program Studi : S1 Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung

Lokasi yang Diteliti : Universitas Merdeka Malang

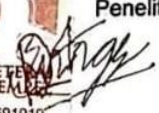
Alamat Rumah Asli : Jl. Atletik no 12A, Kel. Tasikmadu Kec. Lowokwaru, Kot. Malang.

No. Telp : 081333662002

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat, Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 28 Februari 2024

Peneliti

C1D2AALX084691919
Evanoz Prince Suntokaouw

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Evanoz Prince Suntokaouw
Nomor Pokok	: 20022000236
Universitas	: Universitas Merdeka Malang
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: S1 Manajemen
Tempat dan Tanggal Lahir	: Batu 22 April 2002
Alamat	: Jln Atletik No 12A Malang
Nama Orang Tua (Ayah)	: Fanus Chairies Suntokaouw
(Ibu)	: Fransiska Lay Nie
Riwayat Pendidikan	:
20xx – 20xx	: SD Kristen Kalam kudud
20xx – 20xx	: SMP PJ Global School
20xx – 20xx	: SMA PJ Global School
2020 – 2024	: S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Dengan ungkapan syukur dan pujian yang tulus kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis berhasil menyelesaikan penyusunan tugas akhir atau skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK SAMSUNG”. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis diberi arahan, dukungan, dan semangat oleh berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua yang telah memberikan bantuan :

1. Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Irary Windhyastiti, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
3. Drs. Nirwana, MM. selaku Dosen Pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk mengarahkan, membimbing, memberikan nasehat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini hingga bias terselesaikan.
4. Seluruh staff pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

5. Kedua orang tua, Bapak Fanus Chairies Suntokaouw dan Ibu Fransisca Lay Nie yang telah merawat, mendidik, memberikan dukungan serta membiayai. Adik saya, Evenus Lourdes Suntokaouw yang selalu memberikan semangat, serta para keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan semangat hingga memperoleh gelar Sarjana Manajemen ini.

6. Para sahabat baik diperkuliahan maupun diluar perkuliahan yang selalu mendukung, memberikan semangat serta bantuan kepada penulis.

7. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan semangat dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak bisa saya disebutkan satu persatu, karena telah membantu penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang sesuai atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari banyak kekurangan yang harus diperbaiki maka diharapkan saran dan kritik bagi semua pihak yang membaca. Mohon pengertian jika ada ungkapan yang kurang berkenan, semoga skripsi ini bisa jadi nilai tambah bagi para pembaca, terutama mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Malang, 26 Februari 2024

Penulis

Evanoz Prince Suntokaouw

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRAC.....	xiv
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
 BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	 8
A. Landasan Teori.....	8
1. Kualitas Produk.....	8
2. Harga	13
3. Promosi.....	19
4. Keputusan Pembelian.....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Pikir Penelitian	33
D. Pengembangan Hipotesis	34
 BAB III : METODE PENELITIAN.....	 38
A. Definisi Operasional Variabel	38
B. Lingkup Penelitian.....	40
C. Lokasi Penelitian	40
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	40

E. Jenis dan Sumber Data	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Uji Instrumen Data.....	43
H. Teknik Analisis Data	44
I. Uji Hipotesis.....	47
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Hasil Penelitian	49
B. Pembahasan	70
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
Tabel 3 Skala Likert	40
Tabel 4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 6 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Per Bulan	51
Tabel 7 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 8 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 9 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk ...	54
Tabel 10 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 12 Kriteria Rentang Jawaban Responden	56
Tabel 13 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	57
Tabel 14 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga	58
Tabel 15 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi	59
Tabel 16 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian ...	60
Tabel 17 Hasil Pengujian Multikolinearitas	61
Tabel 18 Hasil Uji Normalitas Data	63
Tabel 19 Hasil Analisis Regresi Berganda	64
Tabel 20 Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 21 Hasil Uji F	67
Tabel 22 Hasil Uji t	68
Tabel 23 Hasil Uji Dominan	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Perilaku Pembelian	26
Gambar 2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	27
Gambar 3 Kerangka Pikir Penelitian	33
Gambar 4 Hasil Pengujian Heterokedastisitas	62
Gambar 5 Scatter Plot.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner penelitian	80
Lampiran 2 : Kuisisioner Tabulasi Data	84
Lampiran 3 : Output SPSS Instrumen Penelitian	95
Lampiran 4 : Output SPSS Teknik Analisis Data.....	102
Lampiran 5 : Output SPSS Uji Hipotesis	104
Lampiran 6 : Berita Acara Bimbingan Skripsi	106
Lampiran 7 : Berita Acara Perbaikan Skripsi	107
Lampiran 8: Hasil Cek Plagiasi	108

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung. Data dikumpulkan melalui survei terhadap konsumen yang telah menggunakan atau memiliki minat untuk membeli smartphone Samsung. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian smartphone merek Samsung. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung. Artinya bahwa dengan semakin baiknya kualitas produk maka keputusan pembelian smartphone merek Samsung juga akan mengalami peningkatan. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung. Artinya dengan semakin terjangkau harga maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung. Artinya bahwa dengan semakin baiknya kegiatan promosi maka keputusan pembelian smartphone merek Samsung akan mengalami peningkatan. Artinya dengan semakin baiknya kualitas produk, terjangkau harga dan semakin baiknya kegiatan promosi maka keputusan pembelian smartphone merek Samsung akan mengalami peningkatan. Kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, diikuti oleh harga dan promosi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan kualitas produk yang ditawarkan oleh Samsung dikarenakan koefisien regresi (*standardized coefficients beta*) pada variabel tersebut mempunyai nilai terbesar dibandingkan dengan variabel harga dan promosi. Dari hasil tersebut konsumen memilih untuk membeli smartphone merek tersebut.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya bagi Samsung untuk terus meningkatkan kualitas produknya guna mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Selain itu, strategi penetapan harga yang sesuai dan promosi yang efektif juga diperlukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dapat menjadi panduan bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk produk smartphone merek Samsung.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRAC

This research aims to analyze the influence of product quality, price and promotion on purchasing decisions for Samsung brand smartphones. Data was collected through a survey of consumers who have used or are interested in buying a Samsung smartphone. The analytical method used is multiple linear regression.

The research results show that product quality, price and promotion significantly influence the decision to purchase a Samsung brand smartphone. Product quality has a significant influence on purchasing decisions for Samsung brand smartphones. This means that with better product quality, the decision to purchase a Samsung brand smartphone will also increase. Price influences the decision to purchase a Samsung brand smartphone. This means that as prices become more affordable, purchasing decisions will increase. Promotions have a significant influence on purchasing decisions for Samsung brand smartphones. This means that with better promotional activities, purchasing decisions for Samsung brand smartphones will increase. This means that with better product quality, affordable prices and better promotional activities, purchasing decisions for Samsung brand smartphones will increase. Product quality is the main factor influencing purchasing decisions, followed by price and promotion. This shows that consumers tend to consider the quality of the products offered by Samsung because the regression coefficient (standardized coefficient beta) on this variable has the largest value compared to the price and promotion variables. From these results, consumers choose to buy this brand of smartphone.

The practical implication of this research is that it is important for Samsung to continue to improve the quality of its products in order to maintain and increase market share. Apart from that, appropriate pricing strategies and effective promotions are also needed to influence consumer purchasing decisions. This research can be a guide for companies in designing effective marketing strategies for Samsung brand smartphone products.

Kata Kunci : Product, Price, Promotion, Purchasing decision