

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN
PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* ADVAN PADA
PT MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Elini
180910055**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN
PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* ADVAN PADA
PT MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Elini
180910055**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Elini
NPM : 180910055
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* ADVAN PADA PT MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 20 Januari 2022



Elini

180910055

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN
PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* ADVAN PADA
PT MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh :
Elini
180910055**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 20 Januari 2022



Syaifullah, S.E., M.M.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membawakan impresi yang besar pada aktivitas masyarakat, terlebihnya perkembangan teknologi telekomunikasi. Telepon genggam sekarang telah berkembang menjadi telepon pintar (*Smartphone*) yang sudah menyandang banyak karakteristik yang lengkap dan canggih. Oleh karena itu, persaingan industri *smartphone* ini menjadi sangat ketat. Setiap perusahaan selalu mengembangkan inovasi sistem pemasaran untuk bersaing dalam dunia bisnis. Usaha perusahaan dalam membangun sistem pemasaran yang efisien dikelilingi dan disaingi oleh perusahaan lain. Oleh dari itu, perusahaan memerlukan pendekatan yang paling akurat agar produk yang dipasarkan diminati oleh konsumen, baik konsumen yang loyal maupun konsumen baru. Keputusan pembelian sudah menjadi hal biasa dalam kehidupan sehari-hari dan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian *smartphone* advan pada PT Maju Telekomunikasi Batam. Sampel dalam penelitian adalah sebanyak 186 responden dan diambil dengan menggunakan purposive sampling. Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 4,547. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 7,233. Sedangkan, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 0,068. Hasil uji f menunjukkan nilai f hitung sebesar 65,758 sehingga dapat disimpulkan kualitas produk, desain produk, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The development of science and technology brings a great impression on community activities, especially the development of telecommunication technology. Mobile phones have thriving into smartphones that already bore characteristics more complete and advanced. Therefore, the competition of this smartphone industry becomes very tight. Every company always develops marketing system innovations to compete in the business world. The company's efforts in building an efficient marketing system are encircled and intersded by other companies. Therefore, the company needs the most accurate approach so that the products marketed are interest by consumers, both loyal consumers or new consumers. Purchasing decisions has become commonplace in everyday and it can be influenced by many factors. The purpose of this research was to determine the influence of product quality, product design, and promotion on smartphones advan purchasing decisions at PT Maju Telekomunikasi Batam. The sample in this research was 186 respondents and was taken using purposive sampling. Based on the results of the SPSS data processing evidence that the product quality has a significant effect on purchasing decisions with a t test value of 4,547. Product design had a significant effect on purchasing decisions with a t test value of 7,233. Meanwhile, the promotion has no significant effect on the purchase decision with a t test value of 0.068. The results of the f test showed a f test value of 65,758, that it can be concluded that product quality, product design, and promotion simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S. Kom., M. SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi yang sudah membimbing, membantu, dan memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Bapak Sutekno selaku Direktur PT Maju Telekomunikasi Batam yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian di perusahaannya.
7. Kedua orang tua, saudara, dan sahabat yang kerap memberikan motivasi, dorongan, dan doa sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan baik.
8. Teman-teman PT Maju Telekomunikasi Batam yang sudah memberikan masukan dan dorongan selama penulisan proposal penelitian ini dilakukan.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang sudah membantu hingga skripsi ini terselesaikan.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 20 Januari 2022



Elini



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR RUMUS	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Rumusan Masalah.....	11
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat Penelitian	12
1.6.1. Secara Teoritis	12
1.6.2. Secara Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Kajian Teori	14
2.1.1. Kualitas Produk.....	14
2.1.2. Desain Produk.....	18
2.1.3. Promosi	21
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	25
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.3. Kerangka Pemikiran.....	31
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.2. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	32

2.3.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4.	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1.	Jenis Penelitian.....	34
3.2.	Sifat Penelitian	34
3.3.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	34
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	34
3.3.2.	Jadwal Penelitian	34
3.4.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.4.1.	Populasi Penelitian.....	35
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sampel Penelitian	36
3.4.3.	Teknik <i>Sampling</i>	36
3.5.	Sumber Data.....	37
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.8.	Metode Analisis Data.....	39
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	39
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	40
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.8.4.	Uji Pengaruh	42
3.8.5.	Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1.	Sejarah Objek Penelitian.....	45
4.1.2.	Logo Objek Penelitian	45
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.2.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.2.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	48
4.2.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan <i>Smartphone</i> Advan.....	48
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	49
4.3.1.	Analisis Deskriptif	49

4.4.	Analisis Data	52
4.4.1.	Hasil Uji Kualitas Data	52
4.4.2.	Hasil Uji Asumsi Klasik	56
4.4.3.	Hasil Uji Pengaruh	57
4.5.	Hasil Uji Hipotesis	59
4.5.1.	Hasil Uji T	59
4.5.2.	Hasil Uji F	60
4.6.	Pembahasan	61
4.6.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.2.	Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.3.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	62
4.6.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	62
4.7.	Implikasi Hasil Penelitian	63
4.7.1.	Implikasi Teoritis	63
4.7.2.	Implikasi Praktis	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		64
5.1.	Simpulan	64
5.2.	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Survei Kepuasan Spesifikasi <i>Smartphone</i> Advan	4
Gambar 1. 2 Laporan Vendor Market Share <i>Smartphone</i> Indonesia	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4. 1 Logo PT Maju Telekomunikasi Batam	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Komplain <i>Smartphone</i> Advan	2
Tabel 1. 2 Data Frekuensi Promosi <i>Smartphone</i> Advan	5
Tabel 1. 3 Laporan Penjualan Perusahaan.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	35
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3. 3 Skala Likert	39
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	48
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan <i>Smartphone</i> Advan.....	48
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	49
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Desain Produk (X2)	50
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X3).....	50
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Desain Produk (X2).....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	55
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Data	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4. 20 Hasil Uji T	59
Tabel 4. 21 Hasil Uji F	60

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Taro Yamane dan Slovin	36
Rumus 3. 2 Regresi Linier Berganda	42
Rumus 3. 3 Rumus Koefisien Determinasi	42
Rumus 3. 4 Rumus t hitung	43
Rumus 3. 5 Rumus f hitung.....	44