

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE XIAOMI PADA PT MAJU
TELEKOMUNIKASI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Ferdian Eka Si Putra
180910429**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE XIAOMI PADA PT MAJU
TELEKOMUNIKASI BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Ferdian Eka Si Putra
180910429**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ferdian Eka Si Putra
NPM : 180910429
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* XIAOMI PADA PT MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam 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, 27 Januari 2023



Ferdian Eka Si Putra

180910429

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE XIAOMI PADA PT MAJU
TELEKOMUNIKASI BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Ferdian Eka Si Putra
180910429**

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

Batam, 27 Januari 2023



**Asron Saputra, S.E., M.Si.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis citra merek, promosi, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *handphone* Xiaomi pada PT Maju Telekomunikasi Batam. Fenomena keputusan pembelian di PT. Maju Telekomunikasi Batam, menunjukkan bahwa keputusan pembelian mengalami penjualan yang kurang stabil, adanya peningkatan dan penurunan penjualan pada produk. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu variabel citra merek, variabel promosi, dan variabel kualitas produk. Metode teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner yang menggunakan teknik sampling yaitu *purposive sampling*, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 335 orang. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data, yaitu uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinan, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan, dan secara simultan citra merek, promosi, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 67,4% terhadap keputusan pembelian. Sisanya 32,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang berasal dari luar penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek; Promosi; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine brand image, promotion, and product quality simultaneously influence the purchase decision of Xiaomi mobile phones at PT Maju Telekomunikasi Batam. The phenomenon of purchasing decisions at PT. Maju Telekomunikasi Batam, that purchasing decisions experience less stable sales, there is an increase and decrease in product sales. This study has three independent variables there is brand image, promotion, and product quality. The method of data was distributing questionnaires, using a sampling technique is purposive sampling, samples used was 335 people. This data analysis techniques, is validity, reliability, classical assumption test, multiple linear regression analysis, determinant coefficient test, and hypothesis testing. The results that partially the brand image variable has a positive and significant influence on purchasing decisions, promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions, product quality has a positive and significant influence on decisions, and simultaneously brand image, promotion, and quality the product has a positive and significant influence on purchasing decisions. The variables have an influence of 67.4% on purchasing decisions. The remaining 32.6% is influenced by other variables that come from outside this study.

Keywords: *Brand image; Promotion; Product Quality; Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala 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 Bisnis 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 Rolong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik bagi penulis;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
7. Bapak Eky selaku koordinator PT Maju Telekomunikasi Batam yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di perusahaan;
8. Seluruh karyawan PT Maju Telekomunikasi Batam yang sudah bekerja sama dalam pengumpulan data untuk keperluan skripsi;
9. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang sudah memberikan dukungan dan cinta kasih yang tulus serta mendoakan, menasihati, dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini;
10. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa membantu penulis baik berupa kritikan, masukan, dan semangat dalam penyusunan skripsi;
11. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan motivasi khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin

Batam, 27 Januari 2023


Ferdian Eka Si Putra



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Aspek Teoritis.....	10
1.6.2. Aspek Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.1.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	12
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 Citra Merek.....	14
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek	14
2.1.2.2 Faktor-Faktor Citra Merek	15
2.1.2.3 Indikator Citra Merek.....	16
2.1.3 Promosi	17
2.1.3.1 Pengertian Promosi	17
2.1.3.2 Faktor-Faktor Promosi	18
2.1.3.3 Indikator Promosi	19
2.1.4 Kualitas Produk	20
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk	20
2.1.4.2 Faktor-Faktor Kualitas Produk	22
2.1.4.3 Indikator Kualitas Produk	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.3.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	26

2.3.2	Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Pembelian.....	27
2.3.4	Hubungan Citra Merek, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.4	Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Operasional Variabel	29
3.2.1	Variabel Bebas (independent variable)	30
3.2.2	Variabel Terikat (dependent variable)	30
3.3	Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1	Populasi	32
3.3.2	Sampel.....	32
3.4	Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.4.1	Sumber Data	33
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5	Metode Analisis Data.....	35
3.5.1	Analisis Deskriptif	35
3.5.2	Uji Kualitas Data	36
3.5.3	Uji Validitas.....	36
3.5.4	Uji Reliabilitas	37
3.5.5	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.5.1	Uji Normalitas	38
3.5.5.2	Uji Heteroskedastisitas	38
3.5.5.3	Uji Multikolinearitas	38
3.5.6	Uji Pengaruh	39
3.5.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.5.7	Uji Hipotesis	40
3.5.7.1	Uji t (Uji Parsial)	40
3.5.7.2	Uji F (Pengujian Secara Simultan)	40
3.5.7.3	Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R).....	41
3.6	Lokasi dan Periode Penelitian	41
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	41
3.6.2	Periode Penelitian	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1.	Gambaran Umum PT Maju Telekomunikasi Batam	43
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	43
4.3.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.3.1.	Responden Berdasarkan Usia	45
4.3.2.	Responden Berdasarkan Pendidikan.....	46
4.3.3.	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.3.4.	Responden Berdasarkan Pendapatan	48
4.4.	Deskriptif Jawaban Responden	49
4.4.1.	Deskripsi Variabel Citra Merek (X1)	49
4.4.2.	Deskripsi Variabel Promosi (X2)	50
4.4.3.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3)	51

4.4.4.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
4.5.	Analisis Data Hasil Uji Kualitas Data	53
4.5.1.	Hasil Analisis Deskriptif	53
4.5.2.	Hasil Uji Kualitas Data	54
4.5.2.1.	Hasil Uji Validitas	54
4.5.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas	56
4.5.2.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	58
4.5.2.3.1.	Uji Normalitas	58
4.5.2.3.2.	Uji Multikolonieritas	60
4.5.2.3.3.	Uji Heterokedastisitas	61
4.5.2.4.	Uji Pengaruh	62
4.5.2.4.1.	Regresi Linier Berganda	62
4.5.2.4.2.	Koefisien Determinan (R square)	64
4.5.2.5.	Uji Hipotesis	65
4.5.2.5.1.	Uji Parsial (uji t)	65
4.5.2.4.2.	Uji Simultan (Uji f)	66
4.5.3.	Pembahasan	67
4.5.3.1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Maju Telekomunikasi Batam	67
4.5.3.2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Maju Telekomunikasi Batam	68
4.5.3.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Maju Telekomunikasi Batam	69
4.5.3.4.	Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Maju Telekomunikasi Batam	70
4.5.3.5.	Implikasi Hasil Penelitian	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		72
5.1	Simpulan	72
5.2	Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	44
Gambar 4.2 Usia Responden.....	45
Gambar 4.3 Pendidikan Responden	46
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden	47
Gambar 4.5 Pendapatan Responden.....	48
Gambar 4.6 Grafik Normal P-Plot	59
Gambar 4.7 Histogram	59
Gambar 4.8 Scatterplot.....	62

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 <i>Top Brand Smartphone</i> Tahun 2018--2022	2
Tabel 1.2 Data Penjualan <i>handphone</i> Xiaomi Tahun 2022.....	4
Tabel 1.3 Kelebihan dan Kekurangan Pormosi Xiaomi.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Variabel Operasional Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Skala Likert	34
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	35
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.2 Usia Responden	45
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	46
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	47
Tabel 4.5 Pendapatan Responden	48
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Citra Merek (X_1).....	49
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Promosi (X_2).....	50
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_3).....	51
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_1)	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Promosi (X_2)	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_3)	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>One Sample Kolmogrov-Smirnov</i>	58
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolonieritas.....	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Heterokedasdisitas Spearman's Rho.....	61
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.20 Hasil Uji Determinan	64
Tabel 4.21 Hasil Uji Parsial.....	65
Tabel 4.22 Hasil Uji Simultan	66

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin.....	32
Rumus 3.2 Rentang Skala	35
Rumus 3.3 Korelasi <i>Product Moment</i>	36
Rumus 3.4 Reliabilitas	37
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	39