

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAMSUNG (STUDI KASUS PADA PT
MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM)**

SKRIPSI



**Oleh:
Suryani
170910141**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAMSUNG (STUDI KASUS PADA PT
MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM)**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Suryani
170910141**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Suryani
NPM/NIP : 170910141
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 SAMSUNG (STUDI KASUS 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, 25 Januari 2021


Suryani
170910141

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SAMSUNG (STUDI KASUS PADA PT
MAJU TELEKOMUNIKASI BATAM)**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Suryani
170910141**

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

Batam, 25 Januari 2021



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Peluasan cangkainya dunia serta arus globalisasi kini menjadikan alat komunikasi penting bagi masyarakat. Keperluan peralatan berkomunikasi mencakup *handphone* terus meningkat bagi merek tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai suatu tindakan dari dua atau lebih alternatif. Setiap orang pasti pernah mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan keputusan pembelian banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti citra merek, promosi dan kualitas produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Samsung pada PT Maju Telekomunikasi Batam. populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen PT Maju Telekomunikasi Batam. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan penyebaran datanya melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini mencapai 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji pengaruh menggunakan regresi linear berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Samsung. Hasil uji f menunjukkan nilai Citra merek, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Samsung.

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

ABSTRACT

The development of world sophistication and the flow of globalization have now made important communication tools for society. The needs for communication tools including cellphones continues to increase for certain brands. A purchasing decisions was a decisions as an act of two or morethan two alternatives. Everyone must have considered something before making a purchase decision. Many factors influence consumer purchasing decisions such as brand image, promotion and product quality. The purpose of this study was to determine the effect of brand image, promotion and product quality on Samsung purchasing decisions at PT Maju Telekomunikasi Batam. The population and sample in this study are consumers of PT Maju Telekomunikasi Batam. This research is quantitative in nature and the data is distributed through a questionnaire. The sample in this study reached 100 respondents. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis, data quality test, classical assumption test, and influence test using multiple linear regression. The results in this study indicate that product quality partially has a positive effect on Samsung purchasing decisions. The f test results show the value of brand image, promotion and product quality simultaneously have a positive effect on Samsung purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image; Product Quality; Promotion; 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. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, 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 kasih sayang dan cinta kasih yang tulus serta mendoakan, nasihat, dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini;
10. Kepada Yanny, kakakku yang selalu mendukung, menyemangati dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi;
11. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa membantu penulis baik berupa kritikan, masukan, dan semangat dalam penyusunan skripsi;
12. 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, 25 Januari 2021



Suryani

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Aspek Teoritis	9
1.6.2 Aspek Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Citra Merek	11
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	11
2.1.1.2 Fungsi Citra Merek	12
2.1.1.3 Faktor Pembentuk Citra Merek	13
2.1.1.4 Dimensi Citra merek	13
2.1.1.5 Indikator Citra Merek	14
2.1.2 Promosi	16
2.1.2.1 Pengertian Promosi	16
2.1.2.2 Tujuan Promosi	17
2.1.2.3 Bentuk Kegiatan Promosi	18
2.1.2.4 Jenis-Jenis Promosi	18
2.1.2.5 Indikator Promosi	19
2.1.3 Kualitas Produk	19
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	19

2.1.3.2	Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.3.3	Tujuan Kualitas Produk	21
2.1.3.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk	21
2.1.3.5	Indikator Kualitas Produk	22
2.1.4	Keputusan Pembelian	23
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.1.4.2	Tahap Keputusan Pembelian	24
2.1.4.3	Dimensi Keputusan Pembelian	24
2.1.4.4	Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	25
2.1.4.5	Indikator Keputusan Pembelian	25
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Pemikiran	29
2.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Samsung	29
2.3.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Samsung	30
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Samsung	30
2.3.4	Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4	Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Desain Penelitian	33
3.2	Operasional Variabel	33
3.2.1	Variabel Independen	33
3.2.2	Variabel Dependen	33
3.3	Populasi dan Sampel	35
3.3.1	Populasi	35
3.3.2	Sampel	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data	36
3.5	Metode Analisis Data	36
3.5.1	Pengujian Instrument Penelitian	36
3.5.1.1	Uji Validitas	37
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	37
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	37
3.5.2.1	Uji Normalitas Data	37
3.5.2.2	Uji Multikolinieritas	38
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas	38
3.5.3	Analisis Regresi Berganda	38
3.5.4	Koefisien Determinasi	39
3.5.5	Uji Hipotesis	39

3.5.5.1	Uji t	39
3.5.5.2	Uji F	40
3.6	Jadwal dan Tempat Penelitian	41
3.6.1	Tempat Penelitian	41
3.6.2	Jadwal Penelitian	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Hasil Penelitian	42
4.1.1	Profil Responden	42
4.1.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	42
4.1.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	44
4.1.1.5	Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Ke 1 (Sudah Berapa Kali Anda Membeli Produk Smartphone Merek Samsung).	44
4.1.1.6	Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Ke 2 (Sudah Berapa Lama Anda Menggunakan Produk Smartphone Merek Samsung)	45
4.1.1.7	Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Ke 3 (Apakah Anda Menggunakan Smartphone Lain Yang Bukan Dari Merek Samsung)	46
4.1.2	Analisis Deskriptif	46
4.1.2.1	Deskriptif Citra Merek (X1)	46
4.1.2.2	Deskriptif Variabel Promosi (X2)	47
4.1.2.3	Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3)	48
4.1.2.4	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
4.2	Pengujian Instrumen	50
4.2.1	Hasil Uji Validitas	50
4.2.1.1	Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1)	50
4.2.1.2	Uji Validitas Variabel Promosi (X2)	50
4.2.1.3	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)	51
4.2.1.4	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas Data	53
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	54
4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas	54
4.2.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas	54
4.2.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
4.2.4	Hasil Uji Pengaruh	55
4.2.4.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.2.4.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.2.5	Hasil Hipotesis	57
4.2.5.1	Uji T	57

4.2.5.2...Uji F	58
4.3 Pembahasan	59
4.3.1 Pengaruh Citra merek (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)	59
4.3.2 Pengaruh promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian	59
4.3.3 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	60
4.3.4 Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
Lampiran 1 Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Data penjualan handphone PT Maju Telekomunikasi Batam 2020.....	5
Table 1.2 Market Share Smartphone 1Q19 – 1Q20.....	6
Table 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Table 3.1 Operasional variabel penelitian.....	34
Table 3.2 Skala Likert.....	37
Table 3.3 Jadwal Penelitian.....	41
Table 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Table 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	43
Table 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Table 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	44
Table 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Ke 1 (Sudah Berapa Kali Anda Membeli Produk Smartphone Merek Samsung)	44
Table 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Ke 2 (Sudah Berapa Lama Anda menggunakan Produk Smartphone Merek Samsung)	45
Table 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Ke 3 (Apakah Anda Menggunakan Smartphone Lain Yang Bukan Dari Merek Samsung).....	46
Table 4.8 Indikator Variable Citra Merek (X_1).....	46
Table 4.9 Indikator Variable Promosi (X_2).....	47
Table 4.10 Indikator Variable Kualitas Produk (X_3)	48
Table 4. 11 Indikator Variabel Keputusan Pembeli (Y)	49
Table 4.12 Hasil Uji Citra Merek (X_1).....	50
Table 4.13 Hasil Uji Promosi (X_2).....	51
Table 4.14 Hasil Uji Kualitas Produk (X_3)	51
Table 4.15 Hasil Uji Keputusan Pembelian (Y).....	52
Table 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	53
Table 4.17 Hasil Uji Normalitas	54
Table 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Table 4. 19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Table 4.20 Uji Koefisien Determinasi	57
Table 4.21 Hasil Uji T.....	57
Table 4.22 Hasil Uji F	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Rao Purba	35
Rumus 3.2 Analisis Berganda	38
Rumus 3.3 Uji t Sumber	40
Rumus 3.4 Uji F	40