

**PENGARUH CITRA MEREK , PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG
(Studi kasus pada Mahasiswa STIE MIKROSKIL MEDAN)**

TUGAS AKHIR

Oleh;

TENGGU DHEA ALDITA AFSYARI

NIM : 16 711 0962



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MIKROSKIL
MEDAN
2020**

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PROMOTION
, PRICE AND QUALITY OF PRODUCT TOWARD PURCHASE
DECISION OF
SAMSUNG SMARTPHONE PRODUCT (STUDY CASE
BASED ON STUDENTS OF STIE MIKROSKIL)**

FINAL RESEARCH

By:

TENGGU DHEA ALDITA AFSYARI

STUDENT NUMBER. 167110962



STUDY PROGRAM MANAGEMENT

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

2020

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
PRODUK SAMRTPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA STIE MIKROSKIL)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

TENGGU DHEA ALDITA AFSYARI
NIM: 167110962

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M.)

(Pioner Pelawi, S.E, M.Si)

Medan, 04 Agustus 2020

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi
Manajemen

(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut:

Nama : Tengku Dhea Aldita

Nim : 167110962

Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan Judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil)

Tempat Penelitian : STMIK-STIE Mikroskil Medan

Alamat Tempat Penelitian : Jl. Thamrin No. 124, 140, 112 Medan

No-Telp Tempat Penelitian : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non – eksklusif (Non – exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulisan/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh – sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 04 Agustus 2020

Saya yang membuat pernyataan,



(Tengku Dhea Aldita)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE Mikroskil Medan sejumlah 100 responden yang menggunakan *Smartphone* Samsung. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara kuisioner dan studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian menunjukkan secara simultan variabel Citra Merek, Promosi, Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial Citra Merek dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung, sedangkan variabel Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh negatif tidak signifikan dalam Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung. Nilai *Adjusted R.Square* yang diperoleh sebesar 36,1% dan sisanya 63,9% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Citra Merek, Promosi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS MIKROSKIL

ABSTRAC

The purpose of this study was to determine and analyze the influence of Brand Image, Promotion, Price and Product Quality on Purchasing Decisions of Samsung Smartphones. The sampel in this study was 100 respondent who use mobile samsung in Mikroskil Medan. Data collection method in this research is quantitative research. Data collection method is done by questionnaire and literature study. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Based on the test results in the study, it simultaneously shows that the Brand Image, Promotion, Price and Product Quality variables simultaneously influence the Purchasing Decision. Partially the Brand Image and Price have a positive and significant effect on the Purchasing Decision of Samsung Smartphones, while the variable Promotion and Product Quality has a negative effect not significant in the Purchase Decision of Samsung Smartphones. Partially the Brand Image and Price have a positive and significant effect on the Purchasing Decision of Samsung Smartphones, while the variable Promotion and Product Quality has a negative effect not significant in the purchase decision of samsung smartphone. Djusted R.Square value obtained by 36.1% and the remaining 63.9% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Brand Images, Promotion , Price , product quality , Purchase decision*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih setianya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “ Pengaruh Citra Merek, Promosi , Harga dan Kualitas Produk (Studi Kasus Mahasiswa STIE Mikroskil) ” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M. selaku Dosen pembimbing I dan selaku Ketua STIE Mikroskil yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E, M.Si selaku Dosen pembimbing II dan selaku Dosen wali Manajemen Bisnis-A Pagi 2016 yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak William, S.Kom., M.M., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan
4. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STMIK-STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Saliman, S.T. Selaku Wakil ketua III STMIK_STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan
7. Apren Halomoan Hutsoit, S.E, M.Si Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
8. Dosen STIE-Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
9. Seluruh Pengguna *Smartphone* Samsung atau responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan.

10. Kepada Orang tua saya Bapak Tengku Arifin dan Ibu Sapto Wulansari beserta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan yang tak terhingga.
11. Teman Spesial penulis, Mhd Fariz Dhanira Yang selalu mendoakan , mendukung dan memberi motivasi disaat penulis merasa jenuh agar tetap semangat untuk menyelesaikan skripsi dan mendapatkan nilai terbaik.
12. Sahabat – sahabat penulis, Lidia Sheli Mawuntu , Devi Ambarsari,Rurien Ezra Lbs, Ghea Seftia Ramlan, Rizka Nurhudami Manurung , Ardia Regita Sari, Febyolla Fahira Roberto, Nidia Ade , Igo Edi Pangestu , Olvy srikanti, Lina Sembiring , Ajeng Prasyuri, Christian ,cyndi delicia serta seluruh keluarga besar Manajemen Bisnis Mikroskil 2016-2020 yang telah memberi motivasi dan semangat.
13. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masing terdapat kekurangan, kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 04 Agustus 2020

Penulis,

Tengku Dhea Aldita

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Originalitas.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Konsep pemasaran	9
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4 Merek	16
2.1.5 Citra Merek	19
2.1.6 Promosi	22
2.1.7 Harga.....	26
2.1.8 Kualitas Produk.....	30
2.2 Review Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Konseptual	37
2.4 Pengembangan Hipotesis	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Objek Penelitian	43
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Variabel Penelitian	46
3.6 Metode Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.2 Gambaran Umum Mahasiswa pengguna smartphone.....	59
4.1.3 Pengiriman dan Pengambilan Kuesioner	60
4.1.4 Gambaran Umum Responden	60
4.1.5 Hasil Statistik Deskriptif.....	62
4.1.6 Hasil Uji kualitas data	65
4.1.7 Hasil Uji asumsi klasik.....	72
4.1.8 Hasil Analisis Linear berganda	77
4.1.9 Hasil uji Hipotesis.....	79
4.2 Pembahasan.....	81
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.2.4 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.2.4 Pengaruh Citra Merek, Promosi , Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	73
Gambar 4.2 Normal P-P Plot Uji Normalitas.....	74
Gambar 4.3 Hasil Scatterplot Uji Heterokedasitas	76



UNIVERSITAS MIKROSKIL



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Smartphone Samsung, Oppo dan Vivo.....	5
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Skala Likert.....	45
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	61
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif Citra Merek	62
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Promosi.....	63
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Harga	63
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	64
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Citra Merek	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Promosi	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Harga	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan pembelian.....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Harga	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.20 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	75
Tabel 4.21 Hasil Uji Glejser	77
Tabel 4.22 Analisis Linier Berganda.....	78
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t)	79
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Silmutan (Uji F).....	80
Tabel 4.25 Tabel Koefisien Determinan.....	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	96
Lampiran 3 Distribusi Hasil Statistik Deskriptif	113
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	116
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	120
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	123
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	123
Lampiran 8 Koefisien Determinasi (R^2)	124
Lampiran 9 Nilai Distribusi	125



UNIVERSITAS
MIKROSKIL