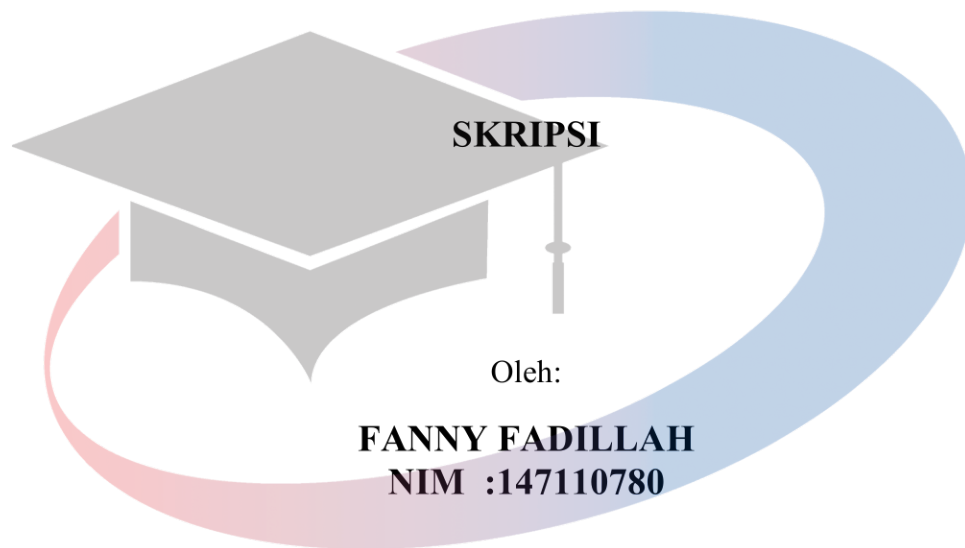


**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SMARTPHONE VIVO***

**(STUDI KASUS TOKO DIGICOM, LUBUK PAKAM)**

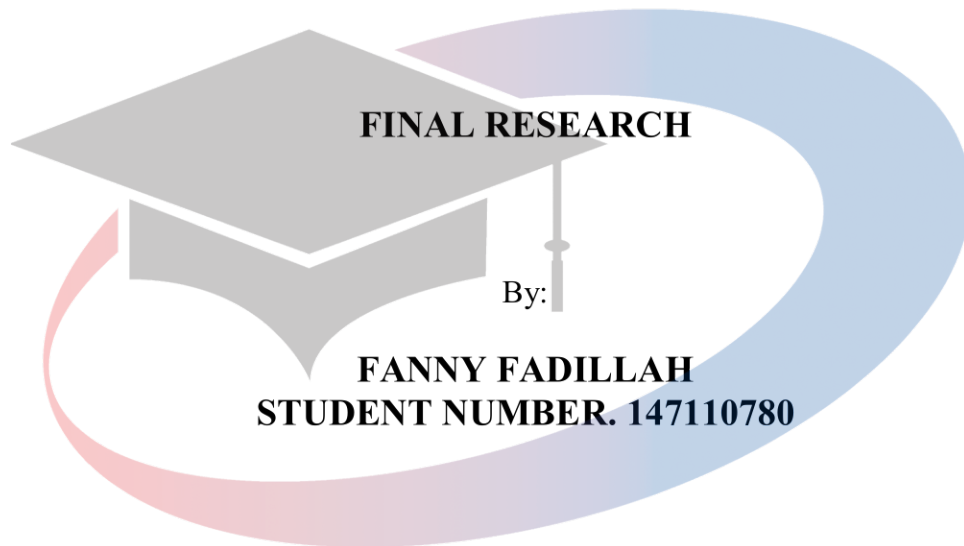


UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2017**

**INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY  
AND PROMOTION TO DECISION OF VIVO  
SMARTPHONE PURCHASE**

**(CASE STUDY STORE DIGICOM, LUBUK PAKAM)**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2017**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE VIVO**

**(STUDI KASUS TOKO DIGICOM, LUBUK PAKAM )**

**(SKRIPSI)**

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

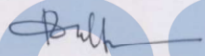
Oleh:

**FANNY FADILLAH**

**NIM: 147110780**

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,

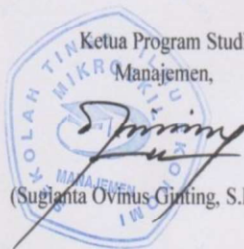


**(Robinhot Gultom, S.E., M.Si.)**

Medan, Juli 2018

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi  
Manajemen,



**(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., MM.)**

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## LEMBAR PERNYATAAN

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

Nama : Fanny Fadillah  
NIM : 147110780  
Peminatan : Manajemen Bisnis

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Vivo Studi kasus toko Digicom Lubuk Pakam  
Tempat Penelitian : Toko Digicom Lubuk Pakam  
Alamat Penelitian : Jalan Serdang No 65 c Lubuk Pakam

Sehubungan dengan tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya 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 dikemudian 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 mempublikasi 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 penulis/pencipta dan sebagai hak milik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi 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, Juli 2018

Saya yang membuat pernyataan,



(Fanny Fadillah)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone vivo (studi kasus pada toko digicom lubuk pakam), penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 88 sampel yaitu sebagian dari populasi konsumen toko digicom lubuk pakam. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone vivo pada toko digicom lubuk pakam, sedangkan variabel citra merek dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone vivo pada toko digicom lubuk pakam. Selanjutnya hasil uji secara simultan (Uji F) yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (citra merek, kualitas produk dan promosi) berpengaruh terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). *Adjusted r square* menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan promosi dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 70,4% dan sisanya sebesar 29,6% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of brand image, product quality and promotion to the decision of purchasing vivo smartphone (case study at digicom lubuk pakam store), this research uses nonprobability sampling technique done by questionnaire method toward 88 samples that is part of consumer population store digicom lubuk pakam . Data analysis method used in this research is multiple linear regression. Partial test (t test) shows that product quality variables affect vivo smartphone purchasing decision at digicom hiduk pakam store, while variable of brand image and promotion does not affect to decision of vivo smartphone purchase at digicom subculture shop. Furthermore, the test results simultaneously (Test F) indicating that the three independent variables (brand image, product quality and promotion) affect the dependent variable (Purchase Decision). Adjusted r square shows that the variable of brand image, product quality and promotion can explain the variation to the variable of Purchasing Decision is 70,4% and the rest equal to 29,6% explained other variable not examined in this research.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality, Promotion, Purchasing Decision*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan ridha-Nya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus Toko Digicom Lubuk Pakam)”. 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 terima kasih kepada:

1. Bapak Robinhot Gultom, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si. Dosen Pembimbing II dan selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom, M.M., selaku ketua STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Paulus, S.Kom., M.T selaku Wakil Ketua II STIE Mikroskil Medan.
7. Bapak Saliman, S.T. selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
8. Ibu Hanny Siagian, S.E, M.Si. selaku dosen wali saya yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
9. Dosen STIE – Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
10. Seluruh Orang tua penulis, Bapak Syahril dan Ibu Jasnel Putri yang selalu memberikan doa, adik-adik saya Savira Anelia, Edo Ramanda Syahputra, Muhammad Farel Lindano atas dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga dan semua saudara/i penulis yang selalu memberikan penulis dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.

11. Teman-teman seperjuangan penulis Agustinus, Bobby Kusuma, Dina Mariana Sigalingging, Eva Astari Putri, Putri Tifani Avensius, Jefri Leonardi Pardosi, Mayona Elpyndari, Retno Purwaningrum, Rian Alfian serta teman seangkatan yang selalu memberi penulis masukan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih 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, Juli 2018

Penulis,

(Fanny Fadillah)

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB IPENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.Rumusan masalah.....	4
1.3.Ruang Lingkup .....	5
1.4.Tujuan Penelitian.....	5
1.5.Manfaat Penelitian.....	6
1.6.Originalitas .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1.Landasan Teori .....	8
2.1.1.Pemasaran .....	8
2.1.2.Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.3.Keputusan Pembelian.....	9
2.1.4.Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	13
2.1.5.Kualitas Produk.....	16
2.1.6.Promosi .....	18
2.2.Penelitian Terdahulu.....	22
2.3.Kerangka Konseptual .....	26
2.4.Pengembangan Hipotesis .....	28
2.4.4.Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.4.5.Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4.6.Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.4.7.Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
3.1.Jenis Penelitian .....	30
3.2.Objek Penelitian .....	30
3.3.Populasi dan Sampel .....	30

3.4. Metode Pengumpulan Data .....	32
3.4.1. Penelitian Lapangan (Data Primer) .....	32
3.4.2. Studi Kepustakaan (Data Sekunder) .....	32
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	33
3.6. Metode Analisis Data .....	36
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	36
3.6.2. Uji Kualitas Data .....	36
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	37
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	40
3.6.5. Uji Hipotesis .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	43
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	43
4.1.2. Pengiriman Dan Pengembalian Kuesioner .....	46
4.1.3. Gambaran Umum Responden (Demografi) .....	47
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif .....	48
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data .....	52
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	56
4.1.7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis .....	61
4.2. Pembahasan .....	64
4.2.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
4.2.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	65
4.2.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	65
4.2.4. Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1. Kesimpulan .....	67
5.2. Saran .....	67
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>71</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Sumber:Perilaku konsumen.....	10
Gambar 2. 2. Sumber: Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis .....	11
Gambar 2. 3. Kerangka Konsep .....	27
Gambar 4. 1. Struktur Organisasi Toko Digicom Lubuk Pakam .....	44
Gambar 4. 2. Grafik Histogram Uji Normalitas.....	56
Gambar 4. 3. Normal P-P Plot Uji Normalitas .....	57
Gambar 4. 4. Hasil Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	59



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. 1 Data Jumlah Konsumen pengguna <i>Smartphone</i> Vivo pada Toko Digicom Lubuk Pakam Periode Januari sampai Desember Tahun 2017 .....	31
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	32
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel .....	34
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	48
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Citra Merek .....	49
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Kualitas Produk .....	50
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Promosi .....	51
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Promosi .....	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas .....	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji Glejser .....	60
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F) .....	62
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji-t) .....	62
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	71
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	75
LAMPIRAN 3 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF .....	87
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	89
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK .....	91
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS LINEAR BERGANDA .....	93
LAMPIRAN 7 HASL UJI HIPOTESIS.....	94
LAMPIRAN 8 HASIL KOEFISIEN DETERMINASI .....	94
LAMPIRAN 9 NILAI DISTRIBUSI T .....	95
LAMPIRAN 10 NILAI DISTRIBUSI F.....	98



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL