



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*SMARTPHONE SAMSUNG***

SKRIPSI

BIMO ALIF HANGGORO PUTRA

1610111165

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA**

2023



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*SMARTPHONE SAMSUNG***

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

BIMO ALIF HANGGORO PUTRA

1610111165

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA**

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Bimo Alif Hanggoro Putra

NIM : 1610111165

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 5 April 2024

Yang menyatakan,



(Bimo Alif Hanggoro Putra)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bimo Alif Hanggoro Putra
NIM : 1610111165
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta HAK Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Smartphone Samsung**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 5 April 2024

Yang menyatakan,

Bimo Alif Hanggoro Putra

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Bimo Alif Hanggoro Putra

1610111165

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 9 Juli 2021
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Lina Aryani, S.E., M.M
Ketua Penguji



Rosali, S.E., M.M.
Penguji I



Suharyati, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, S.E., M.M
Dekan



Wahyudi, S.E., M.M.
**Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana**

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 09 Juli 2021

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung

Oleh Bimo Alif Hanggoro Putra

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Studi ini menunjukkan perubahan pangsa pasar Samsung dalam beberapa tahun terakhir berdasarkan indikator merek dan data pangsa pasar dari tahun 2018 hingga 2020. Berdasarkan data Top Brand Index, pangsa pasar produk ponsel pintar Samsung Electronics mengalami penurunan dari 48,6% pada tahun 2018 menjadi 45,8% pada tahun 2019, namun akan meningkat lagi menjadi 46,5% pada tahun 2020. Berdasarkan data pasar, pangsa pasar Samsung Electronics saat ini sebesar 30,77%. Pada tahun 2018, nilai tersebut meningkat menjadi 31,6% pada tahun 2019, namun kembali turun menjadi 30,59% pada tahun 2020. Studi ini menjawab tiga pertanyaan untuk memahami bagaimana iklan, harga, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, pengetahuan ini juga memberikan informasi strategis bagi perkembangan pasar *smartphone* Samsung. Dalam penelitian ini, kami menggunakan metode untuk memperoleh nilai numerik melalui pengukuran. Skala ordinal dan Likert digunakan untuk mengukur data. Data primer dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner. Penelitian dilakukan dengan mengirimkan survei kepada pengguna *smartphone* Samsung melalui Google Forms. Tanggapan berkisar dari “sangat setuju” hingga “tidak setuju” dan “sangat positif” hingga “sangat negatif” pada skala Likert. Temuan utama penelitian ini adalah harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan *smartphone* Samsung di Jakarta. 444 keluhan tentang Samsung Smart Purchasing diselidiki, dianalisis, dan dipresentasikan. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembelian *smartphone* Samsung di Jakarta. Apalagi promosi ini akan membawa keuntungan besar bagi penjualan *smartphone* Samsung di Jakarta. Berdasarkan informasi tersebut, kami mendesak Samsung Electronics untuk mengembangkan strategi harga yang adil dan kampanye pemasaran yang kuat untuk meningkatkan penjualan ponsel pintar di wilayah Jakarta

Kata Kunci : Smartphone, Samsung, Top Brand Index

***The Influence of Product Quality, Price, and Promotion on Samsung
Smartphone Purchasing Decisions***

By Bimo Alif Hanggoro Putra

Abstract

The purpose of this study is to examine how factors such as pricing, promotion, and product quality affect consumers' decisions to buy Samsung cell phones. Based on information from the Top Brand Index and Market Share for the years 2018–2020, the study shows how Samsung's market share has changed recently. Samsung smartphones had a 48.6% market share in 2018, according to data from the Top Brand Index. However, in 2019 and 2020, their share fell to 45.8% and 46.5%, respectively. According to market share data, Samsung's share of the market was 30.77% in 2018, 31.6 % in 2019, and 30.5 % in 2020. Three questions about the impact of pricing, promotion, and product quality on Samsung smartphone purchases are presented in this study's formulation of the topic. It is anticipated that the theoretical advantages of this study will further the field of marketing management research, specifically in the area of understanding how pricing, advertising, and product quality affect consumer choices. Furthermore, the research findings might offer strategic recommendations for the evolution of Samsung smartphone marketing. This study's methodology is quantitative and was attained through measuring. Likert scales and ordinal scales are instruments for measuring data. Direct primary data collection was accomplished by distributing questionnaires to respondents. Users of Samsung smartphones were sent questionnaires via Google Forms to do surveys. Through the use of a Likert scale, opinions from respondents were grouped from "strongly agree" to "strongly disagree" or from "very positive" to "very negative." The study's conclusion is that price and promotion have a major, favourable impact on Samsung smartphone sales in the Jakarta region. 444 complaints concerning sales of Samsung smartphones were examined, confirmed, and examined. The analysis's findings demonstrate that, in the Jakarta region, Samsung smartphone sales are significantly and favourably impacted by price. Additionally, sales of Samsung smartphones in the Jakarta region are significantly and favourably impacted by promotion. In light of these results, it is recommended that Samsung take into account suitable pricing tactics and intensify promotional efforts in order to enhance sales of Samsung smartphones in the Jakarta region.

Keywords: Smartphone, Samsung, Top Brand Index

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Maret sampai dengan Juni 2021 dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada para Dosen Pembimbing dan juga Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan karya ilmiah ini.

21 Juni 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bimo', with a long horizontal stroke underneath.

Bimo Alif Hanggoro Putra

DAFTAR ISI

Abstrak	vi
Abstract	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pemasaran.....	5
2.1.2 Keputusan Pembelian	6
2.1.3 Kualitas Produk.....	8
2.1.4 Harga.....	9
2.1.5 Promosi	11
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	12
2.2.1 Tabel Matriks.....	14
2.3 Model Penelitian Empirik	15
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	16
2.3.2 Pengaruh Harga dengan Keputusan Pembelian	16
2.4 Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	18
3.1.1 Definisi Operasional.....	18
3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	19
3.2.1 Populasi.....	19
3.2.2 Sampel	19
3.3 Metode Pengumpulan Data	20
3.3.1 Jenis Data	20
3.3.2 Sumber Data.....	20
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.4 Teknik Analisis Data.....	21

3.4.1 Uji Validitas	21
3.4.2 Uji Hipotesis	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Sejarah Samsung	28
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	29
4.2.1 Deskripsi Data Responden	29
4.2.2 Analisa Deskriptif.....	31
4.3 Analisa Data dan Uji Hipotesis	35
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	35
4.3.2 Uji Hipotesis	40
4.4 Pembahasan.....	41
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Keterbatasan Penelitian	45
5.3 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47