

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK,
PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

(Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

LILIS SUPRIATIN

2002010299

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK,
PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

(Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

LILIS SUPRIATIN

2002010299

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK,
PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG

(Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

LILIS SUPRIATIN

2002010299

Diterima dan disetujui oleh :

Pembimbing



Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M

NIK. 2160122

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh ;

Nama : Lilis Supriatin
NIM : 2002010299
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhamadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk,
Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan
Pembelian Smartphone Samsung

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Manajemen Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M

Anggota 1 : Dr. Rr. Dian Widyaningrtyas, S.E.,MBA

Anggota 2 : Dr. Erna Handayani, S.E.,Ak.,M.M

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 7 Agustus 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naelati Fubastuvi, S.E., M.Si.
NIK: 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lilis Supriatin
NIM : 2002010299
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhamadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 15 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan



Lilis Supriatin

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagian civitas akademika Universitas Muhamadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lilis Supriatin
NIM : 2002010299
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhamadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-free Right*) kepada Universitas Muhamadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK WARDAH

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kosmetik Wardah Di Universitas
Muhammadiyah Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhamadiyah Purwokerto berhak menyimpan, menyalin media/mengalih formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pecipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 15 Agustus 2024



Menyatakan,

Lilis Supriatin

MOTTO

شَاءَ بِمَا إِلَّا عِلْمِهِ مِنْ شَيْءٍ يُحِيطُونَ وَلَا

Dan mereka tidak mengetahui apa-apa dari ilmu Allah, melainkan apa yang dikehendaki-(Nya)". (QS. Al Baqarah, 255)

“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha” (B.J. Habibie)

“Semua orang memiliki masanya masing-masing. Tak perlu terburu-buru, tungguilah. Kesempatan itu akan datang dengan sendirinya”

- Gol D Roger (One Piece)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

Orang tua saya tercinta (Bapak Suryoto dan Ibu Supinah) sebagai salah satu tanda bakti, hormat dan sayang, terimakasih yang tak terhingga atas doa yang dipanjatkan, dukungan, kesabaran dan kasih sayang untuk saya, serta kerja keras dan motivasi yang telah diberikan selama ini.

Tak lupa juga kepada Kakak dan Adik tersayang (Eni Wijayanti, Iwan Widiyanto, Tedi Candra Ariyanto dan Deviana Alfatunnisa) sebagai tanda terima kasih atas doa, dan dukungannya selama ini. Semoga Allah SWT senantiasa selalu melindungi dan memberi keberkahan kepada kita. Aamiin

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan Syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini walaupun dalam bentuk yang masih sangat sederhana dengan judul penelitian “**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik dukungan moril maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusinya dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati:

- 1) Allah SWT yang telah banyak memberikan rahmat kepada saya melalui kesehatan, semangat, dan inspirasi yang membuat saya terus bekerja keras untuk mencapai hasil yang terbaik.
- 2) Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- 3) Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- 4) Drs. Suyoto, M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- 5) Totok Haryanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk membimbing saya dari semester 1.

- 6) Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
- 7) Dr. Rr. Dian Widyaningtyas, S.E., MBA selaku Dosen Penguji saya yang telah memberikan pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana manajemen.
- 8) Dr. Erna Handayani, S.E., Ak., M.M selaku Dosen Penguji saya yang telah memberikan pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana manajemen.
- 9) Seluruh bapak/Ibu dosen, staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
- 10) Seluruh responden Mahasiswa Universitas Muhamadiya Purwokerto yang sudah membantu dalam penelitian ini.
- 11) Kedua orang tua saya, Bapak Suryoto dan Ibu Supinah, terimakasih atas segala doa, dukungan moral maupun materil, kasih sayang, nasehat, dan motivasi yang selalu dilimpahkan sehingga saya selalu semangat dan optimis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
- 12) Kakak dan adik saya, Eni Wijayanti, Iwan Widianto, Tedi Candra Ariyanto dan Deviana Alfatunnisa, terimakasih untuk kasih sayang, dan dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
- 13) Sahabat–sahabat pejuang skripsi Liana Wahyu Ningsih dan Erlyn Eviana yang telah bersedia mendengarkan segala cerita, memberikan bantuan, motivasi, semangat, canda tawa selama masa perkuliahan ini.
- 14) Teman-teman mahasiswa yang telah menemani masa perkuliahan saya dari semester 1 hingga akhir.
- 15) Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata saya menyadari berbagai keterbatasan yang ada pada skripsi ini, baik pengetahuan maupun pengalaman dalam penyajian skripsi ini. Peneliti berharap berbagai saran, kritik maupun perbaikan yang positif guna kesempurnaan isi yang terkandung dalam skripsi ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan untuk kita semua. Aamiin.

Atas segala perhatian dan kerjasamanya peneliti ucapkan terima kasih.

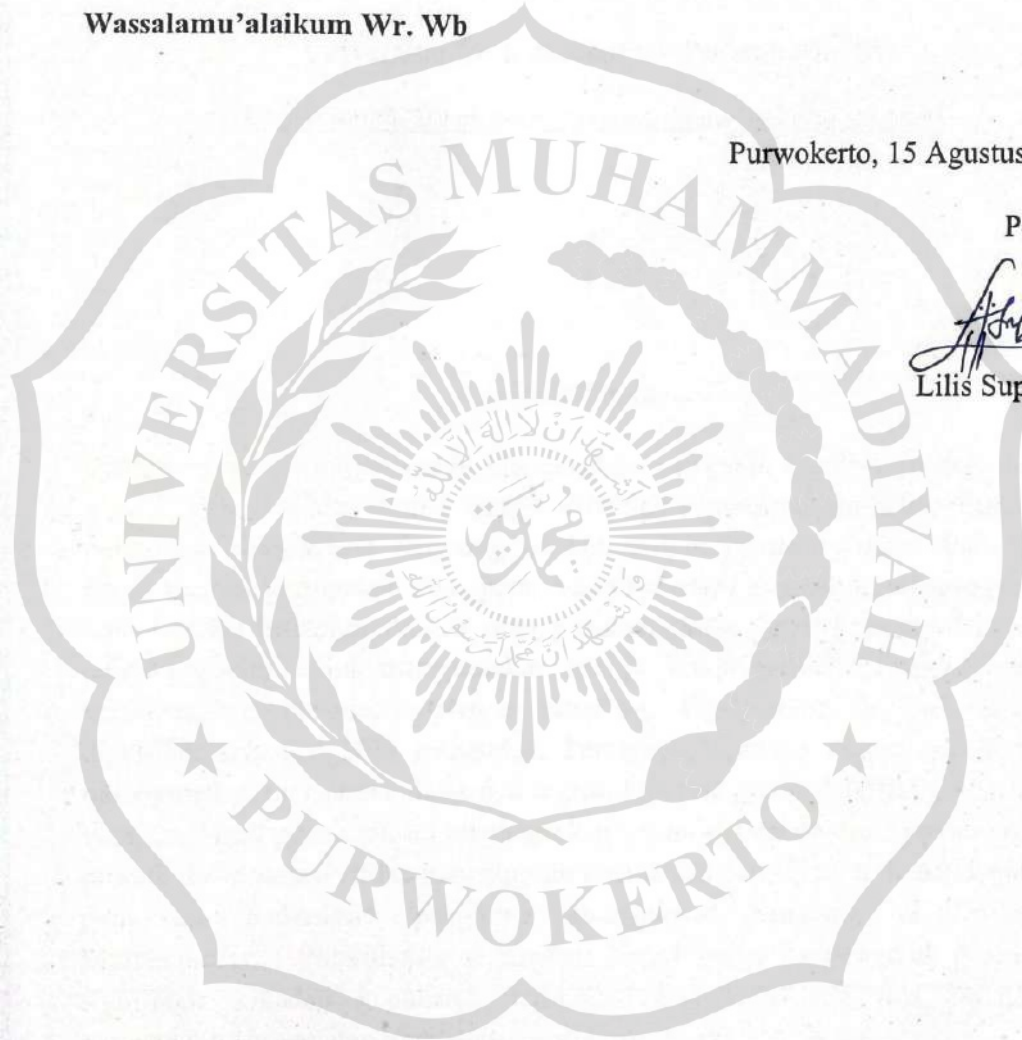
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 15 Agustus 2024

Penulis



Lilis Supriatin



PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG

(Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Lilis Supriatin¹, Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M²

Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Bisnis ⁽¹⁾⁽²⁾

Universitas Muhammadiyah Purwokerto ⁽¹⁾⁽²⁾

lilissupriatin472@gmail.com¹ernyrachmawati67@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, inovasi produk, promosi dan *brand image* terhadap keputusan pembelian mahasiswa pengguna *Smartphone* Samsung di Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan data melalui kuesoner dengan menggunakan skala likert. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria responden diperoleh sebanyak 108 responden. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan regresi linier berganda dengan program SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial kualitas produk, inovasi produk dan promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa pengguna *Smartphone* Samsung di Universitas Muhammadiyah Purwokerto, sedangkan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa pengguna *Smartphone* Samsung di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Kata Kunci: kualitas produk, inovasi produk, promosi, *brand image*, keputusan pembelian

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRODUCT INNOVATION,
PROMOTION AND BRAND IMAGE ON THE DECISION TO
PURCHASE A SAMSUNG SMARTPHONE**

(Study among Muhammadiyah University Purwokerto students)

Lilis Supriatin¹, Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M²

Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Bisnis ⁽¹⁾⁽²⁾

Universitas Muhammadiyah Purwokerto ⁽¹⁾⁽²⁾

lilissupriatin472@gmail.com¹ernyrachmawati67@gmail.com²

ABSTRACT

The research aims to analyze the influence of product quality, product innovation, promotion and brand image on the purchasing decisions of students using Samsung smartphones at Muhammadiyah University, Purwokerto. This research is a type of quantitative research with data collection techniques through questionnaires using a likert scale. Sampling in this study used a nonprobability sampling technique using a purposive sampling method. Based on the respondent criteria, there were 108 respondents. Hypothesis testing in this research uses the classical assumption test and multiple linear regression with the SPSS version 26 program. The result of this research partially show that product quality, product innovation and promotion do not have positive and significant effect on the purchasing decisions of students using Samsung smartphones at Muhammadiyah University, Purwokerto, whereas Brand image has a positive and significant effect on the purchasing decisions of students using Samsung smartphones at Muhammadiyah University, Purwokerto.

Keywords: *product quality, product innovation, promotion, brand image, purchasing decisions*

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | v |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| ABSTRAK | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xviii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Perumusan Masalah | 5 |
| C. Pembatasan Masalah..... | 6 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| A. Landasan Teori | 8 |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu | 20 |
| BAB III..... | 33 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 33 |
| A. Jenis Penelitian | 33 |

| | |
|--|-----------|
| B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel | 33 |
| C. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data | 34 |
| C. Variabel Penelitian | 36 |
| D. Operasional Variabel | 38 |
| BAB IV | 49 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 49 |
| A. Hasil Penelitian..... | 49 |
| 1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 49 |
| 2. Response Rate..... | 50 |
| 3. Karakteristik Responden..... | 51 |
| 4. Analisis Deskriptif | 52 |
| 5. Uji Instrumen | 59 |
| 6. Uji Asumsi Klasik..... | 62 |
| 7. Analisis Regresi Linier Berganda | 64 |
| 8. Uji Kecocokan Model..... | 66 |
| 9. Uji Hipotesis..... | 68 |
| B. Rekapitulasi hasil penelitian | 72 |
| C. Pembahasan | 72 |
| BAB V..... | 77 |
| PENUTUP..... | 77 |
| A. KESIMPULAN | 77 |
| B. KETERBATASAN PENELITIAN | 77 |
| C. SARAN | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA | 79 |
| LAMPIRAN..... | 83 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Tahun 2024 | 1 |
| Tabel 1.2 <i>Market Share Global Smartphone</i> | 2 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 20 |
| Tabel 3.1 Skala Liket | 36 |
| Tabel 3.2 Operasional Variabel | 38 |
| Tabel 3.3 Item Pernyataan Variabel Kualitas Produk..... | 39 |
| Tabel 3.4 Item Pernyataan Variabel Inovasi Produk..... | 40 |
| Tabel 3.5 Item Pernyataan Variabel Promosi | 40 |
| Tabel 3.6 Item Pernyataan Variabel <i>Brand Image</i> | 41 |
| Tabel 3.7 Item Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian..... | 41 |
| Tabel 4.1 <i>Response Rate</i> | 50 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin | 51 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Usia | 51 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Uang Saku | 52 |
| Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian..... | 53 |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Kualitas Produk | 54 |
| Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Inovasi Produk | 55 |
| Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Promosi | 56 |
| Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> | 57 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian..... | 59 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk | 59 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Inovasi Produk | 60 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Promosi | 60 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> | 61 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas | 62 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas..... | 62 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Multikoleniaritas | 63 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 64 |

| | |
|--|-----------|
| Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 64 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 66 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Goodness Of Fit | 67 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji T | 68 |
| Tabel 4.23 Rekapitulasi Hasil Penelitian | 72 |



DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian..... | 31 |
| Gambar 3.1 Kurva Uji F | 45 |
| Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Pertama | 46 |
| Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Kedua..... | 47 |
| Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis Ketiga..... | 47 |
| Gambar 3.5 Kurva Uji Hipotesis Keempat | 48 |
| Gambar 4.1 Kurva Hasil Uji F..... | 67 |
| Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji Hipotesis Pertama | 69 |
| Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji Hipotesis Kedua | 70 |
| Gambar 4.4 Kurva Hasil Uji Hipotesis Ketiga | 70 |
| Gambar 4.5 Kurva Hasil Uji Hipotesis Keempat | 71 |

