



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Vivo Pada Siswa SMKN 1 Sooko Mojokerto**

Muhammad Fajar Fikry Rajabi  
161500115

Dosen Pembimbing  
Dra. Christina Menuk S, SE.,MM.  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN BRAND  
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE VIVO PADA SISWA SMKN 1 SOOKO  
MOJOKERTO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen (SM) Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

MUHAMMAD FAJAR FIKRY RAJABI  
NIM: 161500115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2019**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 22 Agustus 2020

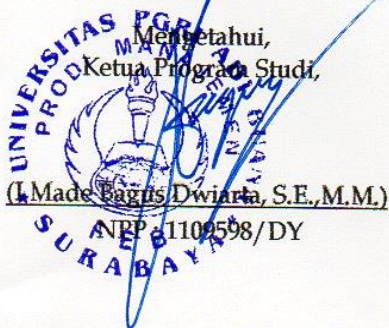
Dosen Pembimbing,  
  
(Dra. Christina Menuk S, S.E., M.M.)  
NIP : 195808081982032001

## HALAMAN PENGESAHAN

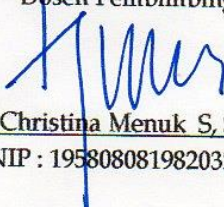
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi  
Dan *Brand image* terhadap keputusan  
Pembelian *Smartphone* Vivo Pada Siswa  
SMKN 1 Sooko Mojokerto

### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Muhammad Fajar Fikri Rajabi  
b. NIM : 161500115  
c. Program Studi : Manajemen  
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
e. Alamat e-mail : fajarfikry53@gmail.com



Surabaya, 26 Agustus 2020  
Dosen Pembimbing,

  
(Dra. Christina Menek S, S.E., M.M.)  
NIP : 195808081982032001




## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi Ini Diterima dan Disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi  
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Univeritas PGRI Adi Buana Surabaya:

Pada hari : Kamis  
Tanggal : 06 Agustus  
Tahun : 2020

Penguji 1



Drs. Teguh Purwanto, M.M  
NIP : 196012221990031001

Penguji 2



Evita Purnaningrum S.Si., M.Si  
NPP : 15047222

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Fajar Fikri Rajabi  
NIM : 161500115  
Program studi : Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI  
Adi Buana , Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Vivo Pada Siswa SMKN 1 SOOKO Mojokerto" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya tahun akademik 2019-2020 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 24 Juli 2020



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Vivo Pada Siswa SMKN 1 Sooko Mojokerto".

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Marianus Subandowo, M.S. selaku rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak/ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
5. Bapak Kepala Sekolah SMKN 1 SOOKO Mojokerto yang telah memberi izin penelitian.
6. Dra. Christina Menuk Srihandayani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua dan adik saya tercinta, Bapak Suyudi, Ibu Dra. Chusnatul Hasanah S.E, M.M yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, semangat, dan perhatian yang

sangat berarti sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

8. Kekasih tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi kepada peneliti.
9. Sahabat seperjuangan yang penulis sayangi Yodika Rizki, Bintang Kartika Wahyu, Ian Firgiawan Putra, Resky Dwi Romadhon yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
10. Tak lupa seluruh teman-teman yang turut membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna , untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 24 Juli 2020

Peneliti,



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian smartphone vivo pada siswa SMKN 1 Sooko Mojokerto. jumlah responden yang diambil sebanyak 136 siswa, dan menggunakan aksidental. data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala *likert*, dan teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Nilai yang sebelumnya dilakukan uji instrument validitas dan uji Asumsi klasik F hitung sebesar . hasil dari pengolahan data, menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara simultan kualitas produk, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian smartphone. sedangkan uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, promosi dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone vivo pada siswa SMKN 1 Sooko Mojokerto.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Promosi, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, promotion and brand image on purchasing decisions of Vivo smartphones on SMKN 1 Sooko Mojokerto students. the number of respondents taken was 136 students, and using accidental. Data was collected through a questionnaire using a Likert scale, and the analysis technique used was multiple linear regression. the calculated F value of 327,941 with the value of sig. 0,000. the results of data processing, show that there is a simultaneous influence of product quality, promotion and brand image on smartphone purchasing decisions. while the partial hypothesis test shows that the product quality, promotion and brand image variables have a significant effect on purchasing decisions of vivo smartphones for students of SMKN 1 Sooko Mojokerto.*

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

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halamn Pengesahan .....	ii
Berita Acara Ijian Skripsi.....	iii
Surat pernyataan keaslian.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Abstrak .....	vii
Daftar isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1Pengertian Pemasaran .....	13
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.2.3 Kualitas Produk .....	15
2.2.3.1 Pengertian Produk .....	15
2.2.3.2 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.2.3.3 Fitur Produk dan Gaya desain produk .....	17
2.2.3.4 Indikator Kualitas Produk .....	18
2.2.4 Promosi .....	19
2.2.4.1 Pengertian Promosi.....	19
2.2.4.2 Jenis Jenis Promosi.....	20
2.2.4.3 Indikator Promosi.....	22

2.2.5. Brand Image.....	23
2.2.5.1 Pengertian Brand Image.....	23
2.2.5.2 Pengertian merek/Brand.....	23
2.2.5.3 Tujuan Merek.....	24
2.2.5.4 Indikator Brand Image.....	24
2.2.6. Keputusan Pembelian .....	25
2.2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.2.6.2 Motif-motif Pembelian ( <i>Buying motives</i> ).....	26
2.2.6.3 <i>Buying Habits</i> (Kebiasaan membeli).....	27
2.2.6.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	27
2.3 Kerangka Konseptual .....	28
2.4 Hipotesis.....	29

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian .....	31
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	35
3.3.1 Jenis Data .....	35
3.3.2 Sumber Data.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.4.1 Kuesioner .....	36
3.4.2 Dokumentasi .....	37
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	37
3.5.1 Variabel Penelitian .....	37
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5.2.1 Kualitas Produk.....	38
3.5.2.2 Promosi.....	39

3.5.2.3 <i>Brand Image</i> .....	39
3.5.2.1 Keputusan Pembelian.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	40
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	41
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.6.4. Penguji Hipotisis .....	43
3.6.4.1. Uji Parsial (Uji T) .....	43
3.6.4.2. Uji Simultan (Uji F).....	44

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Sejarah Singkat Instansi .....	45
4.1.2 Visi .....	45
4.1.3 Misi .....	45
4.1.4 Struktur Organisasi .....	46
4.1.5 Diskripsi Hasil Penelitian .....	48
4.2 Gambaran Umum Responden.....	48
4.2.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	49
4.3 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk (X1).....	49
4.3.1 Distribusi Frekuensi Promosi (X2) .....	50
4.3.2 Distribusi Frekuensi Brand Image (X3) .....	51
4.3.3 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y) .....	52
4.4 Analisis Data Penelitian .....	53
4.4.1 Uji Instrumen Penelitian .....	53
4.4.1.1 Uji Validitas .....	53
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	57
4.4.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	56
4.4.2.1 Uji Normalitas .....	56
4.4.2.2 Uji Multikolinieritas.....	56

4.4.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	57
4.4.2.4 Uji Autokorelasi .....	58
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
4.4.4 Pengujian Hipotesis .....	62
4.4.4.1 Uji Parsial (Uji t) .....	62
4.4.4.2 Uji Simultan (Uji F) .....	63
4.4.4.3 Uji Koefisien Determinansi ( $R^2$ ) .....	61
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	65

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	67
5.2 Saran .....	69

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.2 Skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk .....	49
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Promosi .....	50
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Brand Image .....	51
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....	52
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	53
Tabel 4.6 Uji Realiabilitas .....	55
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas .....	57
Tabel 4.8 Uji Gleser .....	58
Tabel 4.9 Uji Autokolerasi.....	59
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
Tabel 4.11 Koefisien dan Determinasi .....	61
Tabel 4.12 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	61
Tabel 4.13 Uji T .....	62
Tabel 4.14 Uji F .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	29
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian .....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	46
Gambar 4.2 diagram jenis Kelamin .....	48
Gambar 4.3 Uji Normalitas .....	56
Gambar 4.4 Scatterplot .....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2: Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 3: Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 4: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 : Tabulasi Variabel Kualitas Produk
- Lampiran 5 : Tabulasi Variabel Promosi
- Lampiran 6 : Tabulasi Variabel *Brand Image*
- Lampiran 7 : Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian
- Lampiran 8: Frekuensi Variabel Kualitas Produk
- Lampiran 9: Frekuensi Variabel Promosi
- Lampiran 10: Frekuensi Variabel *Brand Image*
- Lampiran 11: Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian
- Lampiran 12: Uji Validitas Kualitas Produk
- Lampiran 13: Uji Validitas Promosi
- Lampiran 14: Uji Validitas *Brand Image*
- Lampiran 15: Uji Validitas Keputusan Pembelian
- Lampiran 16: Uji Reliabilitas
- Lampiran 17: Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov
- Lampiran 18: Uji Normalitas P-P Plot
- Lampiran 19: Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 20: Uji Glejser
- Lampiran 21: Uji Multikolinearitas, Uji t, dan Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 22: Uji F
- Lampiran 23: Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

