

# ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG

Oleh :

**Nama : Andy Meidyanto**

**NIM : 20170464**

Proposal Skripsi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**APRIL 2022**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS



## PENGESAHAN

# ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG

Oleh :

**Nama : Andy Meidyanto**

**NIM : 20170464**

Jakarta, 18 April 2022

**Disetujui oleh :**

Pembimbing

( Tumpal J.R.Sitinjak, Ir.,M.M. )

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**APRIL 2022**

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Andy Meidyanto / 20170464 / 2017 / Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung /Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh timbulnya persaingan antar produk- produk lama dan kemunculan berbagai produk-produk baru yang meramaikan persaingan pasar khususnya untuk kategori produk Handphone. Mengingat sekarang ini, handphone merupakan suatu barang kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari tentunya menyebabkan persaingan yang semakin ketat antar produk handphone untuk dapat menarik perhatian konsumen agar mau menggunakan produk handphone Samsung.

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah harga, kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian.

Melalui metode kuesioner dengan menggunakan teknik non-probability sampling dan teknik analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi dan analisis regresi berganda terhadap 100 orang responden yang menggunakan Handphone Samsung. Pengujian hipotesis menggunakan koefisien regresi menunjukkan bahwa ke tiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pembelian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen Keputusan Pembelian. Hasil dari uji t yang dilakukan didapatkan hasil koefisien regresi variabel harga 0,174, variabel kualitas produk 0,234 dan variabel promosi 0,294.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa harga, keputusan pembelian dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung. Promosi merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga , Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRACT

Andy Meidyanto / 20170464 / 2017 / *Effect of Price, Quality of Product and Promotion on Samsung Mobile Purchase Decision* / Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

*This research is motivated by the emergence of competition between old products and the emergence of various new products that enliven market competition, especially for the mobile product category. Considering that today, mobile phones are a necessity that cannot be separated from everyday people's lives, of course, causing increasingly fierce competition between mobile phone products to be able to attract the attention of consumers to want to use Samsung mobile products.*

*Theories used in research are price, Quality of Product, promotion and purchasing decisions.*

*Through the questionnaire method using non-probability sampling techniques and data analysis techniques used validity tests, reliability tests, regression analysis tests and multiple regression analysis of 100 respondents using Samsung Phones. Hypothesis testing using Regression coefficients showed that the three independent variables studied were shown to significantly affect the dependent variables of Purchasing Decisions.*

*The results of the analysis showed that the price, quality of product and promotions had a positive effect on purchasing decisions. Then through the F test it can be known that all independent variables are indeed feasible to test the pre-purchase decision frontier variable. The results of the t test were obtained by the regression coefficient of price variable 0.174, quality of product variable 0.234 and promotional variable 0.294.*

*Based on the results of the analysis, it can be concluded that prices, purchase decisions and promotions have a positive effect on the decision to purchase Samsung mobile phones. Promotion is the variable that has the most powerful influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Price, Quality of Product, Promotion, Purchase Decision.*

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung dengan baik dan lancar. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen di Kwik Kian Gie School of Business. Penelitian ini dilakukan juga sebagai salah satu penelitian besar atau grand research yang dilakukan bersama bapak Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M. Bersama rekan-rekan beliau jugalah yang telah mengolah sebagian data penelitiannya untuk peneliti teliti lebih lanjut dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti juga berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

Penulis menyadari mengenai penulisan ini tidak bisa terselesaikan tanpa pihak-pihak yang mendukung baik secara moril dan juga materil. Maka, penulis menyampaikan banyak-banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar dan rendah hati membimbing peneliti dalam proses penelitian ini.
2. Seluruh dosen dan staf Kwik Kian Gie School of Business yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.
3. Kedua orang tua tercinta Bapak Bong Hon Phin dan Ibu Djap Miao Fung. Kedua kakak tercinta Tommy Febrianto, Fendy Aprianto. Kedua adik tercinta Nico Lahunda, Jacksen Putra Liem, yang senantiasa mendukung dan memberikan kasih sayang serta doa yang tulus bagi peneliti.
4. Sahabat terdekat yaitu Clarissa Serena Elargo, Ayu Febriyani, Agnes Lia Juniwati, Windy Pangestu, Jeeten P. Hemandasani, Cynthia Eddja, Reynaldi Tanjaya yang senantiasa mendukung dan memotivasi peneliti dalam penelitian ini.
5. Responden yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk mengisi kuesioner dari penulis.



6. Berbagai pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari sempurna hal ini karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan bisa membawa informasi yang dapat berguna bagi pembaca pihak-pihak khususnya dalam bidang Manajemen.

Jakarta ,April 2022

Andy Meidyanto

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	8
<b>DAFTAR ISI</b> .....	10
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	12
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	13
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	14
<b>BAB I</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>A.</b> Latar Belakang Masalah.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>B.</b> Identifikasi Masalah .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>C.</b> Batasan masalah.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>D.</b> Batasan Penelitian.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>E.</b> Rumusan Masalah.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>F.</b> Tujuan Penelitian .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>G.</b> Manfaat Penelitian.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>A.</b> Landasan Teori.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
1. Harga.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2. Kualitas Produk.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
3. Promosi .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
4. Keputusan Pembelian .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>B.</b> Penelitian terdahulu .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>C.</b> Kerangka Pemikiran .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>D.</b> Hipotesis Penelitian .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>A.</b> Objek Penelitian.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>B.</b> Desain Penelitian .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>C.</b> Variabel Penelitian .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>D.</b> Teknik Pengambilan Sampel .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
 penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun  
 tanpa izin IBIKKG.





E. Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
F. Teknik Analisis Data .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
B. Hasil Penelitian .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
1. Uji Validitas .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2. Uji Reliabilitas.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
3. Analisis Deskriptif.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
4. Analisis Regresi Linear Ganda .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
C. Pembahasan .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
A. Kesimpulan .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
B. Saran .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Scanned with CamScanner  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengiriman Smartphone di Kuartas I 2020 .....	2
Gambar 1.2	Market Share Smartphone .....	3
Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	16
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran .....	21
Gambar 4.1	Logo Samsung .....	39
Gambar 4.2	Produk Handphone Samsung .....	42
Gambar 4.3	Profil Responden berdasarkan Jenis kelamin .....	48
Gambar 4.4	Profil Responden berdasarkan Usia .....	49
Gambar 4.5	Profil Responden berdasarkan pekerjaan .....	50

© Hak Cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



1. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, mengutip, atau menguraikan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Penyalinan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Penyalinan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2	Data kuesioner Responden.....	66
Lampiran 3	Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas .....	77
Lampiran 5	Hasil Analisis Deskriptif.....	78
Lampiran 6	Hasil Estimasi Persamaan Regresi Linier Ganda .....	85
Lampiran 7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	86
Lampiran 8	Hasil Uji F.....	87
Lampiran 9	Hasil Uji T .....	88

C Hakipterimik IBI KIG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.