

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK REALME SMARTPHONE DI KOTA
BEKASI (STUDI KASUS PADA MAL MEGA BEKASI *HYPERMALL* DAN
BEKASI CYBER PARK)**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh
Fadli Andika
NPM: 41183402150007



Strata 1
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45"
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK REALME *SMARTPHONE* DI KOTA
BEKASI (STUDI KASUS PADA MAL MEGA BEKASI *HYPERMALL* DAN
BEKASI *CYBER PARK*)**

Tanggal : 10 Agustus 2022

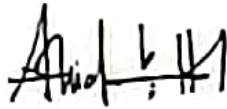
oleh

Fadli Andika

NPM : 41183402150007

Disetujui oleh,

Pembimbing




Tri Elsa Susilawati, S.E., M.B.A.

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi
Isti-Pujihastuti, S.E, M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK REALME *SMARTPHONE* DI KOTA
BEKASI (STUDI KASUS PADA MAL MEGA BEKASI *HYPERMALL* DAN
BEKASI *CYBER PARK*)**

Tanggal : 18 Agustus 2022

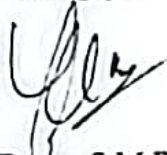
oleh

Fadli Andika

NPM : 41183402150007

Diuji Oleh

Penguji I



Yunike Berry, S.M.B., M.Sc.


Penguji II



Joko Pramono, Ir., M.Si.

Mengetahui,

Pembimbing



Tri Elsa Susilawati, S.E., M.B.A.



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadli Andika
NPM : 41183402150007
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Realme *Smartphone* Di Kota Bekasi (Studi Kasus pada Mal Mega Bekasi *Hypermall* dan Bekasi *Cyber Park*)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun adalah asli dan belum digunakan oleh pihak lain, baik dari Universitas Islam "45" Bekasi ataupun dari Universitas Lainnya

Skripsi ini murni gagasan dari rumusan yang saya susun probadi melalui arahan Dosen Pembimbing. Tidak terdapat karya ataupun gagasan dari pihak lain, kecuali gagasan resmi yang nama penulis tersebut tercantum di dalam daftar pustaka berdasarkan kode etik karya ilmiah.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Jika suatu saat penelitian ini terbukti bahwa ada penyimpangan atau penjiplakan hasil karya penulis lain, maka saya bersedia dan siap menerima sanksi dan konsekuensi berdasarkan dengan ketentuan yang berlaku.

Bekasi, 10 Agustus 2022

Yang Menyatakan,


Fadli Andika

ABSTRAK

Fadli Andika (41183402150007)

Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Realme *Smartphone* Di Kota Bekasi (Studi Kasus pada Mal Mega Bekasi *Hypermall* dan Bekasi *Cyber Park*)

xv + 101 halaman + 24 tabel + 1 diagram + 2 Grafik + 11 lampiran

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian produk Realme *Smartphone* di Kota Bekasi. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diolah dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25.0, diperoleh persamaan regresi $Y = 19,105 + 0,155X_1 + 0,468X_2$. Hasil uji F yang dihasilkan variabel. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan hasil F hitung $35,509 > F$ tabel $3,09$, dengan nilai signifikansi $= 0,000 < 0,05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, promosi dan keputusan pembelian memengaruhi keputusan pembelian Produk Realme *Smartphone* sebesar $35,509$. Hasil uji t pada variabel promosi (X_1) menunjukkan bahwa promosi (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan $b_1 = 0,155$, hasil t hitung $= 2,114 > t$ tabel $1,66071$, serta nilai signifikansi $= 0,037 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar $2,114$. Hasil uji t pada variabel kualitas produk (X_2) menunjukkan bahwa kualitas produk (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Realme *Smartphone* yang dibuktikan dengan $b_2 = 0,468$, hasil t hitung $b_2 = 7,775 > t$ tabel $1,66071$, serta nilai signifikansi $= 0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar $7,775$. Hasil koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar $0,411$ atau $41,1\%$, dan sisanya $58,9\%$ ($100-41,1\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka : 24 (2004 – 2021)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim.

Assalamualaikum wr. wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Realme *Smartphone* di Kota Bekasi (Studi Kasus pada Mal Mega Bekasi *Hypermall* dan Bekasi *Cyber Park*”. Skripsi ini disusun guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana (S-1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Tri Elsa Susilawati, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar, bersemangat, telah banyak memberikan bimbingan, arahan, masukan dan perhatian kepada penulis sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik
2. Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Dosen dan semua staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan pengetahuan dan bekal ilmu yang lebih baik.
5. Istri dan orang tua tercinta, terima kasih untuk kasih sayang, doa, dukungan moril dan materiil sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan studi ini dengan baik, semoga penulis dapat membanggakan kalian.

6. Keluarga besar Manajemen 2015 yang saya tidak bias sebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, motivasi dan pertemanan semoga tetap terjalin erat.
7. Semua pihak yang telah membantu, memberikan semangat serta doa kepada penulis, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terimakasih banyak.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap saran dan kritik yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum wr. wb.

Bekasi, Juli 2022

Penulis

Fadli Andika

41183402150007

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah	8
1.5 Sistematika Pelaporan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Faktor Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian	11
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.2 Promosi	16
2.2.1 Definisi Promosi	16
2.2.2 Tujuan Promosi	17
2.2.3 Indikator Promosi	17

2.3	Kualitas Produk.....	18
2.3.1	Definisi Kualita Produk.....	18
2.3.2	Tujuan Kualitas Produk.....	19
2.3.3	Indikator Kualitas Produk	19
2.4	Penelitian Terdahulu	21
2.5	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	23
2.5.1	Kerangka Pemikiran.....	23
2.5.2	Hipotesis.....	24
2.5.2.1	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Hipotesis Pertama)	24
2.5.2.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Hipotesis Kedua)	24
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian.....	25
3.1.1	Jenis Penelitian yang Digunakan	25
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.1.3	Populasi dan Sampel	25
3.1.4	Jenis dan Sumber Data	26
3.1.5	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.2	Instrumen Penelitian.....	27
3.2.1	Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	27
3.2.2	Variabel Promosi (X_1).....	28
3.2.3	Variabel Kualitas Produk (X_2)	29
3.3	Metode Analisis Data yang Digunakan.....	30
3.3.1	Analisis Koefisien Regresi	30
3.3.2	Analisis Koefisien Determinasi.....	31
3.3.3	Uji Hipotesis.....	32
3.3.4	Uji Validitas	34

3.3.5	Uji Reliabilitas	35
3.3.6	Uji Asumsi Klasik	35
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil Penelitian	38
4.1.1	Sejarah Produk	38
4.1.1.1	Visi	38
4.1.1.2	Misi	38
4.1.2	Hasil Uji Validitas dan Reliailitas	38
4.1.2.1	Validitas Instrumen Promosi (X_1)	39
4.1.2.2	Validitas Instrumen Kualitas Produk (X_2)	40
4.1.2.3	Validitas Instrumen Kinerja (Y).....	41
4.1.2.4	Hasil Reliabilitas Instrumen	41
4.1.3	Deskripsi Data Responden	
4.1.3.1	Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel Promosi (X_1).....	44
4.1.3.2	Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X_2).....	46
4.1.3.3	Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel Kinerja (Y)	48
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	50
4.1.4.1	Hasil Uji Normalitas Data	50
4.1.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
4.1.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
4.1.4.4	Hasil Uji Autokorelasi.....	52
4.1.5	Deskripsi Hasil Pengujian Statistik	52
4.1.6	Hasil Uji Korelai <i>Pearson</i>	53
4.1.7	Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	54
4.1.8	Hasil Uji Model (Uji F/ANOVA)	54
4.1.9	Hasil Analisis Regresi	55
4.1.9.1	Hasil Uji Koefisien Regresi	55
4.2	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	56
4.3	Pembahasan.....	56

4.3.1	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.3.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pemblian.....	57
4.3.3	Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.4	Hasil Observasi	59
4.5	Kelemahan Penelitian.....	60
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	61
5.2	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN.....		64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Uji Coba 30 Responden	64
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	70
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 4	Tabulasi Data Responden	81
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	90
Lampiran 6	Hasil Uji Analisis Regresi	92
Lampiran 7	Tabel Nilai Korelasi R, F Tabel, dan t Tabel	94
Lampiran 8	SK Pembimbing.....	97
Lampiran 9	Kartu Bimbingan	98
Lampiran 10	Kartu Seminar Proposal.....	99
Lampiran 11	Daftar Riwayat Hidup.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Total Penjualan Realme <i>Smartphone</i> Kota Bekasi.....	2
Tabel 1.2	Perbandingan Strategi Promosi antara Realme dengan Xiaomi....	4
Tabel 1.3	Perbandingan Kualitas Produk antara Realme dengan Xiaomi.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Tabel Penilaian Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 3.2	<i>Durbin-Watson</i>	34
Tabel 3.3	Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi.....	35
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi (X_1).....	39
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X_2)	40
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y)	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	41
Tabel 4.5	Jumlah Sampel dan Tingkat Pengembalian Kuesioner	42
Tabel 4.6	Data Karakteristik Responden Penelitian.....	43
Tabel 4.7	Skor Jawaban Responden tentang Promosi (X_1).....	44
Tabel 4.8	Skor Jawaban Responden tentang Kualitas Produk (X_2)	46
Tabel 4.9	Deskripsi Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	48
Tabel 4.10	Hasil <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	50
Tabel 4.11	Hasil Multikolinearitas	51
Tabel 4.12	Hasil Uji Autokorelai	52
Tabel 4.13	Hasil Analisis <i>Descriptive Statistics</i>	52
Tabel 4.14	Hasil Analisis <i>Correlations</i>	53
Tabel 4.15	Hasil <i>Model Summary</i>	54
Tabel 4.16	Hasil Analisis ANOVA.....	54
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji t (Uji Parsial)	54

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Kerangka Pemikiran	23
--------------------------------------	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	<i>Normal Probability Plots</i>	50
Grafik 1.2	<i>Scatterplot</i>	51

Skripsi

ORIGINALITY REPORT

34%

SIMILARITY INDEX

33%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

19%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.pelitabangsa.ac.id:8080 Internet Source	6%
2	www.scribd.com Internet Source	2%
3	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
4	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
7	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
8	docplayer.info Internet Source	1%
9	jurnal.unismabekasi.ac.id Internet Source	1%