

ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *COMPETITIVE PRICE*, *PROMOTION*, *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG*



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Adhi Sunarya

00000057963

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *COMPETITIVE PRICE*, *PROMOTION*, *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG*



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mempero

Gelar Sarjana Manajemen

Adhi Sunarya

00000057963

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Adhi Sunarya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057963

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION, BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG*

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juni 2025


(Adhi Sunarya)

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION, BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG*

Oleh

Nama : Adhi Sunarya
NIM : 00000057963
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada siding Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Juni 2025

Pembimbing



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
0316026404

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *COMPETITIVE PRICE*,
PROMOTION, *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
*PURCHASE DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG***

Oleh

Nama : Adhi Sunarya
NIM : 00000057963
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

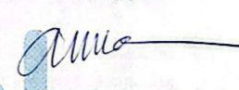
Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Juni 2025
Pukul 11.00 s.d 12.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par
0313089201

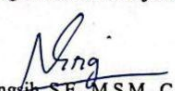
Penguji


Anna Riana Putriya, S.E., M.Si
0321107801

Pembimbing


Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
0316026404

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adhi Sunarya
NIM : 00000057963
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :

ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION, BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 10 Juni 2025


(Adhi Sunarya)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat, dan penyertaan-Nya sehingga penulisan skripsi ini dengan judul: “Analisis Pengaruh *Product Quality, Competitive Price, Promotion, Brand Image* dan *Service Quality* Terhadap *Purchase Decisions Smartphone Samsung*” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Ir. Arief Iswariyadi, S.E., M.S.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Febhe Aurelia yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.

Penulis berharap, skripsi ini dapat memberikan kontribusi ilmiah, menjadi sumber referensi yang bermanfaat, serta memberikan inspirasi bagi para pembaca yang tertarik dengan topik *product quality, competitive price, promotion, brand image* dan *service quality* terhadap *purchase decisions Smartphone Samsung*.

Tangerang, 10 Juni 2025



(Adhi Sunarya)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS PENGARUH PRODUCT QUALITY, COMPETITIVE PRICE, PROMOTION, BRAND IMAGE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP PURCHASE DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG

(Adhi Sunarya)

ABSTRAK

Industri *smartphone* mengalami peningkatan pesat dengan adanya inovasi teknologi dan persaingan merek global yang semakin ketat. Samsung, sebagai salah satu merek terkemuka, mengalami penurunan penjualan dalam beberapa tahun terakhir, yang menunjukkan berkurangnya minat konsumen dan tekanan persaingan pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Variabel eksogen yang diteliti adalah *brand image*, *competitive price*, *service quality*, *product quality*, dan *promotion* terhadap *purchase decisions* sebagai variabel endogen. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode non-probability sampling, penelitian ini melibatkan 191 responden berusia 17-35 tahun pengguna *smartphone* Samsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, *competitive price*, *service quality*, *product quality*, dan *promotion* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini membuktikan bahwa semakin baik *brand image*, *competitive price*, dan *product quality* Samsung, semakin mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: *brand image*, *competitive price*, *service quality*, *promotion*, *product quality*, *purchase decisions*

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY,
COMPETITIVE PRICE, PROMOTION, BRAND IMAGE AND SERVICE
QUALITY ON PURCHASE DECISIONS OF SAMSUNG SMARTPHONES**

(Adhi Sunarya)

ABSTRACT (English)

The smartphone industry has seen rapid growth marked by technological innovation and increasing global brand competition. Samsung, a leading brand, has faced a decline in sales in recent years, indicating reduced consumer interest and the pressure of intensifying market competition. This study aims to identify and analyze the factors influencing consumer purchase decisions. The eksogent variables studied are brand image, competitive price, service quality, product quality, and promotion on purchasing decisions as the endogent variable. Using a quantitative approach and non-probability sampling, this study involved 191 respondents aged 17-35 years who use Samsung smartphones. The results show that brand image, competitive price, service quality, product quality, and promotion all have a significant influence on purchase decisions. This proves that the better the brand image, competitive price, and product quality of Samsung smartphones, the more likely consumers are to make a purchase.

Keywords: brand image, competitive price, service quality, promotion, product quality, purchasing decisions



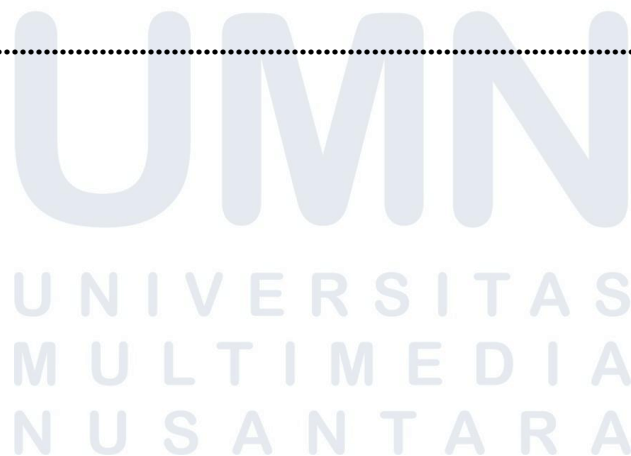
DAFTAR ISI

ANALISIS PENGARUH PRODUCT QUALITY, COMPETITIVE PRICE, PROMOTION, BRAND IMAGE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP PURCHASE DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG	I
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	II
HALAMAN PERSETUJUAN.....	III
HALAMAN PENGESAHAN.....	IV
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	V
KATA PENGANTAR.....	VI
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT (ENGLISH)	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	14
1.3 TUJUAN PENELITIAN	15
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	17
1.4.1 Manfaat Akademis.....	17
1.4.2 Manfaat Praktis.....	18
1.5 BATASAN PENELITIAN	18
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1 TINJAUAN TEORI	20
2.1.1 Theory Planned Behaviour.....	20
2.1.2 Product Quality	21
2.1.3 Competitive price	23
2.1.4 Promotion.....	25
2.1.5 Brand Image	29

2.1.6	Service Quality	30
2.1.7	Purchase Decisions	33
2.2	MODEL PENELITIAN	35
2.3	HIPOTESIS	35
2.3.1	Pengaruh Product Quality terhadap Purchase Decisions	35
2.3.2	Pengaruh Competitive price terhadap Purchase Decisions	36
2.3.3	Pengaruh Promotion terhadap Purchase Decisions	38
2.3.4	Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Decisions	39
2.3.5	Pengaruh Service Quality terhadap Purchase Decisions	40
2.4	PENELITIAN TERDAHULU	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		46
3.1	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	46
3.2	DESAIN PENELITIAN	49
3.3	POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	50
3.3.1	Populasi	50
3.3.2	Sampel	51
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	51
3.5	OPERASIONALISASI VARIABEL	52
3.5.1	Variabel Eksogen	52
3.5.2	Variabel Endogen.....	52
3.6	TEKNIK ANALISIS DATA SEM-PLS	61
3.6.1	Uji Data Pre-Test.....	62
3.6.2	Evaluasi Outer Model.....	62
3.6.3	Evaluasi Inner Model.....	63
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		65
4.1	KARAKTERISTIK RESPONDEN	65
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	67

4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Smartphone Samsung	67
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	68
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Smartphone Samsung	69
4.2	UJI PRE-TEST	69
4.2.1	Uji Outer Model Pre-Test.....	70
4.2.2	Discriminant Validity.....	76
4.2.3	Uji Reliabilitas	80
4.3	ANALISIS STATISTIK.....	82
4.3.1	Brand Image	83
4.3.2	Competitive price	85
4.3.3	Service Quality	86
4.3.4	Promotion.....	88
4.3.5	Product Quality	90
4.3.6	Purchase Decision.....	91
4.4	UJI MAIN-TEST.....	92
4.4.1	Uji Measurement Model.....	93
4.4.2	Hasil Main-Test Evaluasi Outer Model	94
4.4.3	Hasil Uji Inner Model Main Test.....	98
4.4.4	Hasil Uji Hipotesis.....	102
4.5	PEMBAHASAN.....	104
4.5.1	Product Quality Memiliki Pengaruh Terhadap Purchase Decision	104
4.5.2	Competitive price Memiliki Pengaruh Terhadap Purchase Decision	105
4.5.3	Promotion Memiliki Pengaruh Terhadap Purchase Decision ..	106
4.5.4	Brand Image Memiliki Pengaruh Terhadap Purchase Decision	106
4.5.5	Service Quality Memiliki Pengaruh Terhadap Purchase Decision	107

4.6	IMPLIKASI MANAJERIAL	108
4.6.1	Upaya dalam Memperkuat Product Quality Terhadap Purchase Decision	108
4.6.2	Upaya dalam Memperkuat Competitive price Terhadap Purchase Decision	109
4.6.3	Upaya dalam Memperkuat Promotion Terhadap Purchase Decision	110
4.6.4	Upaya dalam Memperkuat Brand Image Terhadap Purchase Decision	111
4.6.5	Upaya dalam Memperkuat Service Quality Terhadap Purchase Decision	112
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	115
5.1	KESIMPULAN.....	115
5.2	SARAN.....	116
5.2.1	Saran Teoritis	116
5.2.2	Saran Praktis	116
5.2.3	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	117
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN.....		126



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	61
Tabel 4. 1 Outer Loading Pre-Test.....	73
Tabel 4. 2 Hasil Average Variance Extracted Pre-Test.....	75
Tabel 4. 3 Hasil Uji Cross Loading.....	79
Tabel 4. 4 Hasil Uji Fornell-Laker Pre-Test.....	80
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test.....	81
Tabel 4. 6 Hasil Interval Kategori Responden	83
Tabel 4. 7 Hasil Frekuensi Jawaban Brand Image	83
Tabel 4. 8 Hasil Frekuensi Jawaban Competitive price	85
Tabel 4. 9 Hasil Frekuensi Jawaban Service Quality	86
Tabel 4. 10 Hasil Frekuensi Jawaban Promotion	88
Tabel 4. 11 Hasil Frekuensi Jawaban Product Quality	90
Tabel 4. 12 Hasil Frekuensi Jawaban Purchase Decision	91
Tabel 4. 13 Hasil Outer Model Main Test.....	94
Tabel 4. 14 Hasil Uji Cross Loading Main-Test.....	96
Tabel 4. 15 Hasil Uji Fornell lacker Main-Test.....	98
Tabel 4. 16 Hasil Uji VIF	99
Tabel 4. 17 Hasil Uji R-Square Main-Test.....	100
Tabel 4. 18 Hasil Uji F²	101
Tabel 4. 19 Hasil Uji Q²	102
Tabel 4. 20 Hasil Uji Booststrapping Main-Test.....	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan Pengguna Smarthphone	2
Gambar 1. 2 Data Pengguna Smarthphone	3
Gambar 1. 3 Gambar Market Share Penjualan Smarthpone.....	4
Gambar 1. 4 Data Penurunan Unti Penjualan Smartphone	6
Gambar 1. 5 Data penurunan Unit Smartphone.....	6
Gambar 1. 6 Data Market Share di India	7
Gambar 1. 7 Data Market Share di China	8
Gambar 1. 8 Keluhan Pengguna	9
Gambar 2. 1 Theory Planned Behaviour	20
Gambar 2. 2 Model Penelitian	35
Gambar 3. 1 Logo Samsung	48
Gambar 3. 2 Desain Penelitian.....	49
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin	66
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	67
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Smartphone Samsung	67
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	68
Gambar 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Smartphone Samsung	69
Gambar 4. 9 Contoh Optimalisasi Baterai Samsung.....	108
Gambar 4. 10 Contoh Kolaborasi Tokopedia dan Lazada dengan Samsung	110
Gambar 4. 11 Salah Satu Influencer	111
Gambar 4. 12 Contoh Samsung Green Innovate	112
Gambar 4. 13 Contoh Fitur Chat Bot Samsung.....	113

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Turnitin.....	126
Lampiran 2 Jurnal Utama.....	127
Lampiran 3 Kuesioner Screening & Profiling.....	128
Lampiran 4 Google Form.....	130
Lampiran 5 Hasil Uji Pre-Test.....	139
Lampiran 6 Hasil Uji Main-Test	141
Lampiran 7 Bukti penyebaran quisioner.....	145

