



**PENGARUH PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN,  
PUBLIKASI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *HANDPHONE* MEREK SAMSUNG  
(Studi Kasus pada Salim Cell Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1)  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

**Diajukan oleh :**

Denis Low Renza

NIM. 2014-11-296

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2021**

**PENGARUH PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN,  
PUBLIKASI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* MEREK SAMSUNG  
(Studi Kasus pada Salim Cell Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2021

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



**DINA LUSIANTI, SE, MM, AAK**  
NIDN. 0630098401

**SUTONO, SE, MM, Ph.D**  
NIDN. 0626017003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



**DR. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM**  
NIDN. 0618066201

**INDAH DWI PRASETYANINGRUM, SE, MM**  
NIDN. 0022038001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Barang siapa diuji lalu bersabar, diberi lalu bersyukur,  
didzalimi lalu dimaafkan dan berbuat dzalim lalu istiqfar maka keselamatan  
dan merekalah orang-orang yang memperoleh hidayah  
(**H. R. AL Baihagi**)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas semua rahmat dan karunia-Nya yang telah mengizinkan penulis menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir program studi Manajemen Universitas Muria Kudus, dengan judul Penulis sangat merasakan besarnya karunia Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran di tengah keterbatasan penulis dalam menyusun skripsi ini. Di samping itu bantuan dan dorongan dari berbagai pihak telah memungkinkan selesainya tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UMK.
2. Dina Lusianti, SE, MM, AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK yang telah menyetujui penulisan skripsi ini.
3. Sutono, SE, MM, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing Pertama yang selama ini memberi arahan dan bimbingannya hingga terselesainya.
4. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Pertama yang selama ini memberi arahan dan bimbingannya hingga terselesainya.
5. Teman-teman Manajemen SI dan Almamaterku.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limbahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak

kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca. Amien.

Kudus, 2021

Denis Low Renza



**PENGARUH PERIKLANAN, PROMOSI PENJUALAN,  
PUBLIKASI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* MEREK SAMSUNG  
(Studi Kasus pada Salim Cell Kudus)**

Denis Low Renza  
NIM. 2014-11-296

Dosen Pembimbing I SUTONO, SE, MM, Ph.D  
Dosen Pembimbing II INDAH DWI PRASETYANINGRUM, SE, MM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan pengaruh periklanan, promosi penjualan, publikasi, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk *Handphone* merek samsung (studi kasus pada salim cell kudus). Pengumpulan datanya menggunakan kuesioner pada 110 sampel responden. Pengolahan datanya menggunakan komputer program *Statistic Product Service Sollution (SPSS)* yang merupakan program komputer untuk statistik, analisis data menggunakan regresi berganda. Berdasarkan hasil pengujian dugaan penelitian menggunakan analisis regresi, uji hipotesis, dan koefisien determinasi diperoleh kesimpulan (1) Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk (2) Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) Publikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk (4) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk. (5) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *handphone* merek Samsung pada Salim Cell Kudus. (6) Secara berganda (bersama-sama) Periklanan, promosi penjualan, publikasi, citra merek, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk.

Kata Kunci : Periklanan, promosi penjualan, publikasi, citra merek, kualitas pelayanan keputusan pembelian

**ADVERTISING INFLUENCES, SALES PROMOTIONS,  
PUBLICATION, BRAND IMAGE, AND QUALITY OF SERVICE TO SAMSUNG  
BRAND MOBILE PRODUCT PURCHASING DECISIONS  
(Case Study on Salim Cell Kudus)**

*Denis Low Renza  
Nim. 2014-11-296*

*Advisor I SUTONO, SE, MM, Ph.D  
Advisor INDAH DWI PRASETYANINGRUM, SE, MM*

**PROGRAM STUDY OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
UNIVERSITY OF MURIA KUDUS**

**ABSTRACT**

*This research aims to influence advertising, sales promotion, publication, brand image, and quality of service on decisions on the purchase of samsung brand mobile products (case study on holy cell salim). The data collection used questionnaires on 110 samples of respondents. The data processing uses the Computer Statistic Product Service Sollution (SPSS) program which is a computer program for statistics, data analysis using multiple regressions. Based on the results of the alleged research test using regression analysis, hypothesis test, and determination coefficient obtained conclusion (1) Advertising has a positive and significant effect on product purchase decisions (2) Sales promotion has a positive and significant effect on purchase decisions (3) The brand image has a positive and significant effect on product purchasing decisions (4) Brand imagery has a positive and significant effect on product purchasing decisions (4) Brand image positively and significantly affects product purchasing decisions. (5) The quality of service has a positive and significant effect on the decision to purchase Samsung brand mobile products in Salim Cell Kudus. (6) Advertising, sales promotion, publication, brand image, and quality of service together have a positive and significant effect on product purchasing decisions.*

*Keywords : Advertising, sales promotion, publication, brand image, quality of service purchasing decisions*



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I. PENDAHULUAN .	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	6
1.3. Perumusan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Periklanan .....	10
2.2. Promosi Penjualan .....	14
2.3. Publikasi .....	18
2.4. Citra Merek .....	20
2.5. Kualitas Pelayanan .....	23
2.6. Keputusan Pembelian .....	29
2.7. Hubungan Antar Variabel .....	33
2.8. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	40
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	44
2.10. Hipotesis Penelitian .....	45
BAB. III. METODE PENELITIAN	44
3.1. Rancangan Penelitian .....	44
3.2. Variabel Penelitian .....	44
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	52
3.4. Populasi dan Sampel .....	53
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	55
3.6. Pengolahan Data .....	57
3.7. Uji Instrumen Data .....	58
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	67
4.2. Penyajian Data .....	60
4.3. Analisis Data .....	76
4.4. Pembahasan .....	83
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1. Kesimpulan .....	93
5.2. Saran .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	96
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Top Brand Index produk Handphone di Indonesia .....	2
3.1. Hasil Uji Validitas Variabel Periklanan .....	59
3.2. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan .....	59
3.3. Hasil Uji Validitas Variabel Publikasi .....	60
3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	60
3.5. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	60
3.6. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	61
3.7. Hasil Uji Reliabilitas .....	62
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	69
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
4.3. Tanggapan Responden terhadap Periklanan .....	71
4.4. Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan .....	72
4.5. Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek .....	72
4.6. Tanggapan Responden Terhadap Publikasi .....	73
4.8. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan .....	75
4.9. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	76
4.10. Hasil Output Estimasi Regresi .....	77
4.11. Uji Hipotesis Pengaruh Parsial .....	79
4.12. Hasil Uji Berganda .....	81
4.13. Hasil Pengujian Hipotesa dengan Uji F .....	81
4.14. Hasil Pengujian <i>Adjusted R Square</i> .....	82

Halaman

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1. Grafik Penjualan Handphone di Indonesia periode Tahun 2018-2019 .....  
2.1. Tahap-Tahap yang dilalui konsumen dalam pembelian..  
4.2. Kerangka Pemikiran .....

