

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING TIK TOK, BRAND IMAGE, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG**

**(STUDY KASUS PADA MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya**



Diajukan oleh:

RENDY RAMBU LAGARI

NPM : 21420034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH DIGITAL MARKETING TIK-TOK, BRAND IMAGE DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG

STUDI KASUS PADA MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

Diajukan Oleh:

RENDY RAMBU LAGARI

21420034

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dra. Ec. Indahwati, M.Si.

Tanggal, 2 Januari 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM.

Tanggal, 16 Januari 2025

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH DIGITAL MARKETING TIK-TOK, BRAND IMAGE DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG

STUDI KASUS PADA MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

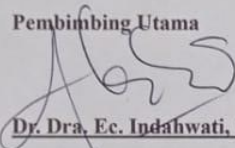
Dipersiapkan dan disusun oleh:

RENDY RAMBU LAGARI

21420034

Susunan Dewan Penguji

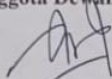
Pembimbing Utama


Dr. Dra. Ec. Indahwati, M.Si

Ketua Dewan Penguji


Lestari, SE., MM

Anggota Dewan Penguji


Atty Erdiana, SE., M.Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 16 Januari 2025


Dr. Adrianto Trimarjono, SE.MM.

Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak dapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan di sebutkan dalam bagian utama Skripsi dan Daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dalam gelar akademik yang telah saya per oleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan berlaku.

Surabaya, 7 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Rendy Rambu Lagari

NPM: 21420034

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Y.M.E sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Digital Marketing Tik Tok, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”*** Penulisan ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana S1 di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penyusunan Skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik dari segi material maupun moril, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ayah dan Mama yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa yang tak putus-putus serta kasih sayang yang tiada habisnya.
2. Ayah dan Ibu yang telah memerikan semangat, dukungan, dan doa restu agar anaknya selalu dimudahkan segala urusannya.
3. Dukungan dari mbak Agnes Prawita Sari dan adik Anis Rifatul Fitria yang selalu memberikan arahan dan semangat agar dapat menyelesaikan penulisan ini.
4. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

5. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono SE., MM. Selaku ketua Program studi manajemen.
6. Ibu DR. Dra. Ec. Indahwati, M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing dan memberikan arahan, pengetahuan, motivasi dan saran maupun masukan dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi.
7. Bapak Lestari SE, MM. Selaku dosen wali yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam studi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
9. Seluruh karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
10. Teman-teman laki-laki terdekat saya: Fendy, Rafly, Afrizal, Bimantara, Alamsyah, Nazil, leo Nova, Risky Hidayat, Zidan, Tri Agus, Axel, Asrul, dan Cipta Rahayu.
11. Teman-teman perempuan terdekat saya: Linda, Mayka, Adinda p, Dinda mayang, Olivia, Salwa, Wanda, Annas, Sherly, Aca, Lely Fh, dan Fazza Fh.
12. Teman-teman rumah saya: Yoga, Setyo, Akbar yang selalu membantu dan menemani saya dalam penulisan ini.
13. Dan yang selalu ada buat penulis dan mensupport saya (R.A.)

14. Teman-temanku yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
15. Teman-teman BEM Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu tersusunnya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis dengan lapang hati membuka segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi tercapainya kesempurnaan tersebut. Besar harapan penulis semoga skripsi nini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 8 Januari 2025

A square box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is stylized and appears to be 'Rendy Rambu Lagari'.

Penulis

Rendy Rambu Lagari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh *Digital Marketing Tiok-tok*, *Brand Image*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dan terdapat 90 Responden yang menjadi sampel penelitian ini. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Digital Marketing Tik-Tok*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Brand Image*, dan *Kualitas Produk*

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of Tiok-tok Digital Marketing, Brand Image, and Product Quality on Samsung Smartphone Purchase Decisions (Case Study of Students at the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya). The sampling technique used was purposive sampling, and there were 90 respondents who were the sample for this research. The analytical method used to test the hypothesis in this research is multiple linear regression analysis. The results of this research show that Tik-Tok Digital Marketing, Brand Image, and Product Quality influence Samsung Smartphone Purchase Decisions.

Keywords: Digital Marketing, Brand Image, and Product Quality

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
HALAMAN PENGESAHAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PENDAHULUAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.1 Latar Belakang	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Tabel 1.1 Vendor Smartphone di Indonesia	4
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II	9
TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.1.1 Konsep Pemasaran.....	10
2.1.2 Digital Marketing.....	11
2.1.2.1 Manfaat Digital Marketing	13
2.1.2.2 Indikator Digital Marketing.....	13
2.1.3 Brand Image	14
2.1.3.1 Pengertian Brand Image	14
2.1.3.2 Indikator Brand Image.....	15
2.1.4 Kualitas Produk	16
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16

2.1.4.2	Faktor-faktor Kualitas Produk	16
2.1.4.3	Indikator Kualitas Produk	17
2.1.5	Keputusan Pembelian	18
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.1.5.2	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.1.5.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.2	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Perumusan Hipotesis	22
2.3.1	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3	Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4	Kerangka Konseptual	24
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	24
BAB III.....		25
METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Pendekatan Penelitian.....	25
3.2	Populasi Dan Sampel.....	25
3.2.1	Populasi.....	25
3.2.2	Sampel.....	26
3.3	Identifikasi Variabel.....	27
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4.1	<i>Digital Marketing</i>	28
3.4.2	<i>Brand Image</i>	28
3.4.3	Kualitas Produk	30
3.4.4	Keputusan Pembelian	31
3.5	Jenis Sumber Data.....	32
3.6	Teknik Analisis.....	33
3.6.1	Uji Instrumen	34
3.6.1.1	Uji Validitas	34
3.6.1.2	Uji Reabilitas	34
3.6.2	Uji Model	35
3.6.2.1	Uji F.....	35

3.6.2.4	Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.6.3	Uji Hipotesis	35
3.6.3.1	Uji T.....	35
BAB IV		37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	37
4.1.1	Sejarah Perusahaan	37
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	39
4.2.1	Distribusi Lokasi Responden	39
4.2.2	Karakteristik Responden	39
4.2.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	40
4.2.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	40
4.2.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.3	Deskripsi Variabel Penelitian	41
Tabel 4.5	Kategori Masing-masing Variabel	42
4.2.3.1	Deskripsi Variabel Digital Marketing (X1).....	43
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Digital Marketing</i> (X ₁)	43
4.2.3.2	Deskripsi Variabel Brand Image (X2)	43
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X ₂)	43
4.2.3.3	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3)	44
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X ₃).....	44
4.2.3.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
4.3	Hasil Analisis Data.....	45
4.3.1	Teknik Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	45
4.3.2	Uji Instrumen	47
4.3.2.1	Hasil Pengujian Validitas.....	47

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	48
4.3.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4.3.3 Uji Model	49
4.3.3.1 Uji F.....	49
4.3.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.3.4 Uji Hipotesis	50
4.3.4.1 Uji T.....	50
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.4.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	52
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	53
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	54
BAB V	55
SIMPULAN,SARAN DAN KETERBATASAN	55
5.1 SIMPULAN.....	55
5.2 SARAN	55
5.3 KETERBATASAN PENELITIAN.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	60
Lampiran 1 : Pernyataan Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2 : Data Tabulasi	65
Lampiran 3 : Hasil Olah Data Spss.....	76
Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas.....	83
Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas	87
Lampiran 5 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
Lampiran 6 : Hasil Uji Simultan (Uji F).....	88
Lampiran 7 : Hasil Uji Parsial (Uji T)	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Vendor Smartphone di Indonesia	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.5 Kategori Masing-masing Variabel	42
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Digital Marketing</i> (X₁)	43
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X₂)	43
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X₃).....	44
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	24
--	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pernyataan Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2 : Data Tabulasi	65
Lampiran 3 : Hasil Olah Data Spss	76
Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas.....	83
Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas	87
Lampiran 5 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
Lampiran 6 : Hasil Uji Simultan (Uji F).....	88
Lampiran 7 : Hasil Uji Parsial (Uji T)	88