

**PENGARUH *ADVERTISING*, *SALES PROMOTION*, DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG
GALAXY NOTE DI SURABAYA**



Oleh:
DANNY SETIAWAN UTOMO
3103013014

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *ADVERTISING*, *SALES PROMOTION*, DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY NOTE* DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
DANNY SETIAWAN UTOMO
3103013014

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

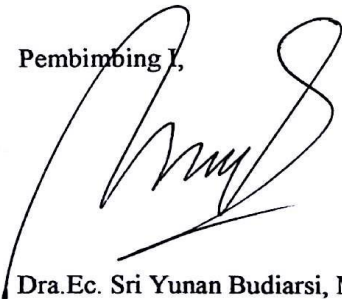
PENGARUH ADVERTISING, SALES PROMOTION, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY NOTE DI SURABAYA

Oleh:

DANNY SETIAWAN UTOMO
3103013014

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.

Tanggal: 8 Januari 2017

Pembimbing II,



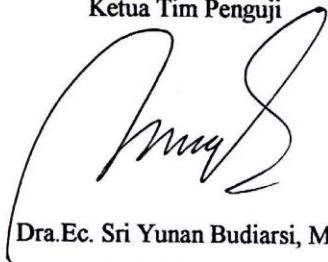
Hendro Susanto, SE., MM.

Tanggal: 11 Januari 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Danny Setiawan Utomo NRP 3103013014
Telah diuji pada tanggal 24 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dra.Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.

NIK. 311.83.0099

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Fasdi, MM

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si

NIK. 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Danny Setiawan Utomo

NRP : 3103013014

Judul Skripsi : Pengaruh *Advertising, Sales Promotion* , dan *Perceived Quality* Terhadap *Purchase Intention* Pada *Smartphone* Samsung Galaxy Note Di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Univesitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Januari 2017

Yang menyatakan,



Danny Setiawan Utomo

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas anugerah, kasih karunia, dan rahmatNya yang telah dilimpahkanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Advertising, Sales Promotion* ,dan *Perceived Quality* Terhadap *Purchase Intention* Pada *Smartphone* Samsung Galaxy Note Di Surabaya.” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dra.Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS. selaku dosen pembimbing I. Terima kasih banyak atas kesabaran, bimbingan dan waktu yang telah diluangkan, serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Hendro Susanto, SE., MM. selaku dosen pembimbing II. Terima kasih banyak atas kesabaran, bimbingan dan waktu yang telah diluangkan, serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Seluruh dosen yang selama masa perkuliahan telah memberikan berbagai ilmu dan pengetahuan kepada penulis yang dapat membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Keluarga khususnya Papa dan Mama yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doanya sehingga penulis memiliki semangat hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman yang selalu mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
8. Saudara-saudara yang selalu menemani dan memberikan dukungan sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Dengan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan dijadikan pembelajaran oleh penulis di masa depan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan kata dalam penulisan. Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Terima kasih.

Surabaya, 13 Januari 2017

Danny Setiawan Utomo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 <i>Advertising</i>	9
2.2.2 <i>Sales Promotion</i>	10
2.2.3 <i>Perceived Quality</i>	12
2.2.4 <i>Purchase Intention</i>	13

2.2.5 Hubungan Antar Variabel.....	15
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	16
2.4 Hipotesis	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	18
3.1 Desain Penelitian	18
3.2 Identifikasi Variabel	18
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.3.1 <i>Advertising</i> (X_1)	19
3.3.2 <i>Sales Promotion</i> (X_2)	19
3.3.3 <i>Perceived Quality</i> (X_3)	19
3.3.4 <i>Purchase Intention</i> (Y_1).....	20
3.4 Populasi dan Sampel.....	21
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	22
3.7 Teknik Analisis Data	23
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	23
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	23
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	25
3.7.4 Koefisien Korelasi (R).....	26
3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)	26
3.7.6 Pengujian Hipotesis.....	26
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Deskripsi Data Penelitian.....	27
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	28
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
4.4 Uji Asumsi Klasik	35
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	40

4.6	Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)	42
4.7	Pengujian Hipotesis	42
4.8	Pembahasan.....	44
4.8.1	<i>Advertising</i> berpengaruh terhadap <i>purchase intention</i> pada produk <i>smartphone</i> Samsung Galaxy Note di Surabaya.....	44
4.8.2	<i>Sales promotion</i> berpengaruh terhadap <i>purchase intention</i> pada produk <i>smartphone</i> Samsung Galaxy Note di Surabaya.....	45
4.8.3	<i>Perceived quality</i> berpengaruh terhadap <i>purchase intention</i> pada produk <i>smartphone</i> Samsung Galaxy Note di Surabaya.....	47
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		49
5.1	Simpulan	49
5.2	Saran	50
DAFTAR KEPUSTAKAAN		52
LAMPIRAN.....		55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang....	8
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4.2	Interval Rata-Rata Skor.....	28
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Advertising</i>	29
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Sales Promotion</i>	30
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i>	31
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	32
Tabel 4.7	Uji Validitas.....	33
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4.9	Uji Multikolinearitas.....	35
Tabel 4.10	Uji Autokorelasi.....	36
Tabel 4.11	Uji Heteroskeditas.....	37
Tabel 4.12	Uji Normalitas.....	38
Tabel 4.13	R^2 old.....	40
Tabel 4.14	R^2 new.....	40
Tabel 4.15	Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
Tabel 4.16	Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)....	43
Tabel 4.17	Uji F.....	44
Tabel 4.18	Uji t.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	16
Gambar 4.1 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskeditas	37
Gambar 4.2 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor :

1. Kuesioner
2. Karakteristik Responden
3. Jawaban Responden
4. Mean dan Standart Deviation
5. Uji Validitas
6. Uji Reliabilitas
7. Uji Multikolinearitas
8. Uji Autokorelasi
9. Uji Heteroskeditas
10. Uji Normalitas
11. Uji Linearitas
12. Analisis Regresi Linear Berganda
13. Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)
14. Pengujian Hipotesis
15. Tabel F
16. Tabel DW

Pengaruh *Advertising*, *Sales Promotion*, dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intentions* Pada Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Note Di Surabaya

ABSTRAK

Samsung adalah perusahaan *smartphone* yang cukup besar. Dalam setiap inovasi, Samsung selalu menghasilkan produk yang berkualitas dan layak dikonsumsi oleh masyarakat luas, salah satu produknya yang cukup terkenal adalah Samsung galaxy note. Peningkatan penjualan yang terjadi setelah peluncuran *handphone* galaxy note terbaru merupakan salah satu gambaran dari produk terkenal milik Samsung.

Penelitian ini ingin mengetahui dan menjelaskan pengaruh *advertising*, *sales promotion*, dan *perceived quality* terhadap *purchase intention* pada produk *smartphone* Samsung Galaxy Note di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisa regresi linear berganda dan menggunakan program SPSS 16.0. Penelitian ini mengambil 100 responden sebagai sampelnya yang belum pernah membeli *handphone* Samsung galaxy note, berdomisili di Surabaya, berusia minimal 17 tahun, mengetahui program *advertising* dan *sale promotion* Samsung Galaxy Note, dan juga mengetahui karakteristik Samsung galaxy note.

Hasil dari penelitian ini adalah terbukti bahwa *advertising* dan *perceived quality* berpengaruh terhadap *purchase intentions* pada produk *smartphone* Samsung Galaxy Note di Surabaya, namun *sales promotion* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* pada produk *smartphone* Samsung Galaxy Note di Surabaya.

Kata Kunci: *Advertising; Sales Promotion; Perceived Quality; Purchase Intention.*

The Influences of Advertising, Sales Promotion, and Perceived Quality on Purchase Intentions of Samsung Galaxy Note Smartphone Product in Surabaya

ABSTRACT

Samsung is one of the biggest smartphone company. For every innovation, Samsung always offers high quality products and worth to be consumed by wide society, with Samsung Galaxy Note as one of the most famous product. Increasing of sales that happened after the launching of the newest Galaxy Note become part of the big picture from the most famous product made by Samsung.

The aim of this research is to investigate and explain the influences of advertising, sales promotion, and perceived quality on purchase intentions of Samsung Galaxy Note smartphone product in Surabaya. Multiple Linear Regression Analysis will be used as the data analysis technique, while the program using SPSS 16.0. This study will take sample consist of 100 respondents, with the criteria of person who is never bought Samsung Galaxy Note before, domiciled in Surabaya, aged at least 17 years old, knowing Samsung Galaxy Note's advertising and sales promotion programs, and the characteristic of Samsung Galaxy Note.

The results of this study has proven that advertising and perceived quality are influencing the purchase intentions of Samsung Galaxy Note smartphone product in Surabaya, however sales promotion are not influencing the purchase intentions of Samsung Galaxy Note smartphone product in Surabaya.

Keywords: *Advertising; Sales Promotion; Perceived Quality; Purchase Intentions.*