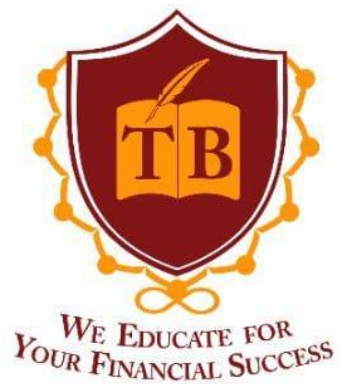


**PENGARUH PROMOSI PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE OPPO
DI ERAFONE SUMMARECON KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh
Serly Gustina
202511024

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
BEKASI
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : SERLY GUSTINA

Nomor Induk Mahasiswa : 202511024

Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi :

PENGARUH PROMOSI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT BELI SMARTPHONE OPPO DI ERAFONE SUMMARECON KOTA
BEKASI

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Proram Studi Strata Satu Manajemen.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Sofia Maulida.SE.,MM

NIDN 030927801

Dosen Pembimbing



Dr. Eddy Setyanto,S.Sos.,M.Si

NIDN 0325107402

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT BELI SMARTPHONE OPPO DI STORE ERAFONE SUMMARECON
KOTA BEKASI

OLEH

SERLY GUSTINA

202511024

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 19 Agustus 2024



Dr. Sofia Maulida, SE., M.M.

NIDN 0309027801



Irvan FC Oentoeng, SE., MM

NIDN 04111118204



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN 0325107402

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelara akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 19 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan Materai



Serly Gustina

NIM : 202511024

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Serly Gustina

NIM : 202511024

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti

Program Studi : Manajemen


Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE OPPO DI STORE ERAFONE SUMMARECON KOTA BEKASI”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 25 Maret 2024

Pernyataan



Serly Gustina (202511024)

ABSTRAK

OPPO merupakan salah satu *Brand smartphone* di Indonesia yang cukup banyak diminati dan digemari oleh kalangan masyarakat Indonesia yang diiringi dengan semakin meningkatnya kebutuhan *smartphone*. *Smartphone* OPPO menjadi salah satu perusahaan yang terus berkembang dari tahun ke tahun dengan terus secara konsisten mengeluarkan produk-produk *smartphone* terbaru mengikuti kebutuhan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh promosi produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli *smartphone* oppo di erafone summarecon kota Bekasi. Pada penelitian ini menggunakan Metode deskriptif untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai hubungan antar promosi produk, kualitas pelayanan, dan minat beli pada *smartphone* oppo di erafone summarecon kota Bekasi. Pada penelitian ini, responden yang diambil ialah pelanggan store erafone summarecon mall kota Bekasi yang telah melakukan transaksi *smartphone* di store Erafone Summarecon Kota Bekasi dengan usia >18 tahun atau >40 tahun. Jumlah responden yang didapatkan pada penelitian ini ialah sebanyak 100 responden. Setelah dilakukan penelitian mengenai hubungan produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli *Smartphone* Oppo di Erafone Summarecon Kota Bekasi maka didapatkan hasil yang telah dikaji menggunakan nilai t hitung. Maka didapatkan hasil, Apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel 2.711 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa apabila promosi produk semakin baik maka minat beli akan semakin meningkat dan apabila promosi produk semakin buruk maka minat beli akan berkurang. Kemudian didapatkan hasil nilai t hitung lebih besar dari t tabel 6.529 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa jika kualitas pelayanan semakin baik maka minat beli akan meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan semakin buruk maka minat beli akan berkurang. Dan selanjutnya pada penelitian ini didapatkan nilai F hitung positif sebesar 61.212 lebih besar dari F tabel 3.09 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa jika promosi produk dan kualitas pelayanan ditingkakan secara bersama-sama maka minat beli *smartphone* oppo di erafone summarecon kota Bekasi akan meningkat. Dari dua variabel yaitu promosi produk dan kualitas pelayanan diperoleh koefisien determinasi sebesar 0.558. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa total variasi minat beli disebabkan oleh promosi produk dan kualitas pelayanan sebesar 55,8%. Sedangkan sisanya sebesar 44,2% dipengaruhi oleh variabel- variabel lain antara lain Brand Image, Harga, dan yang lainnya diluar penelitian ini.

Kata kunci: *Smartphone* Oppo, Minat Beli, Kualitas Pelayanan, Promosi Produk

ABSTRACT

OPPO smartphones are one of the smartphone brands in Indonesia which are quite popular and popular among Indonesian people, accompanied by the increasing need for smartphones. OPPO smartphones are one of the companies that continues to grow from year to year by consistently releasing the latest smartphone products following people's needs. The aim of this research is to describe the influence of product promotion and service quality on interest in buying Oppo smartphones in Erafone Summarecon, Bekasi city. The descriptive method was used to get a clear picture of the relationship between product promotion, service quality, and purchase interest in Oppo smartphones in Erafone Summarecon, Bekasi city. In this research, the respondents taken were customers of the Erafone Summarecon Mall Bekasi City store who had made smartphone transactions at the Erafone Summarecon Bekasi City store and were aged >18 years or >40 years. The number of respondents in this study was 100 respondents. After conducting research regarding the relationship between product and service quality on interest in buying Oppo Smartphones at Erafone Summarecon, Bekasi City, it was studied using calculated t values. If the calculated t value is greater than t table 2.711 and the significance level is $0.000 < 0.05$, it can be concluded that if product promotion is better, buying interest will increase and if product promotion is getting worse, buying interest will decrease. Then the calculated t value is greater than the t table 6.529 and the significance level is $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that if the quality of service is better then interest in buying will increase, conversely if the quality of service is getting worse then interest in buying will decrease. And furthermore, in this study, a positive calculated F value of 61,212 was obtained which was greater than F table 3.09 and a significance level of $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that if product promotion and service quality are increased simultaneously, there will be interest in buying Oppo smartphones at Erafone Summarecon Kota. Bekasi will increase. From the two variables, namely product promotion and service quality, a determination coefficient of 0.558 was obtained. Thus, the total variation in purchasing interest caused by product promotion and service quality is 55.8%. Meanwhile, the remaining 44.2% is influenced by other variables including Brand Image, Price, and others outside this research.

Keywords: *Oppo Smartphone, Purchase Interest, Service Quality, Product Promotion.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan Rahmat dan dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo Di Erafone Summarecon Kota Bekasi”. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata Pendidikan S-1 Program Studi Manajemen , Sekolah Tinggi Ilmu Tri Bhakti .

Dalam penelitian ini , penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ketua STIE Tri Bhakti, Drs. Widyatmoko, MM., M.Ikom.
2. Ketua Program Studi Studi Manajemen, Dr. Sofia Maulida. SE., MM.
3. Dosen Pembimbing , Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si yang meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan saran kepada penulis.
4. Kedua orang tua, Bak dan Emak, Hermansyah dan Haidawati .Terimakasih atas kasih sayang dan semangat serta dukungan yang tak pernah putus kepada penulis .
5. Allah SWT yang telah memberi kelancaran dan rahmat yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Disen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh Pendidikan perkuliahan di STIE Tri Bhakti.
7. Semua kakak ku, Yetty Riani, Benny Purwando, Merry Andriani, Hendra Yosep, Yoni Sartika, Yoga Kurniawan , dan adik ku Mela Rosalia yang banyak memberi kata-kata penyemangat kepada penulis .
8. Rekan-rekan seperjuangan sekaligus sahabatku selama perkuliahan Ayu Bella Kusuma Dewi dan Agustin Wahyu Septiawati yang banyak memberi dukungan dan bantuan selama perkuliahan kepada penulis.

9. Seluruh teman-teman mahasiswa Angkatan 2020 atas kerjasama dan dukungan yang telah diberikan .
10. Kepada semua pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang sudah membantu .

Bekasi, 22 Juni 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Serly Gustina', with a long, sweeping horizontal stroke extending to the right.

Serly Gustina

202511024

HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Jangan kamu kehilangan harapan dan jangan pula kamu bersedih hati ”

(Q.S Ali imran :139)

Kupersembahkan untuk :

Kedua orang tua, Emak dan Babe yang sangat kucintai yang menjadi semangat utama dan tak henti memberi do'a serta nasihat dan memberi kasih sayang yang tak pernah putus. Dan tak lupa kepada kakak-kakak ku, adik ku , serta para sahabat yang banyak sekali memberikan semangat.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Batasan Penelitian	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	7

1.7. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Grand Theory	9
2.1.1. Pemasaran	9
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1. Promosi	10
2.2.2. Kualitas Pelayanan.....	14
2.2.3. Minat Beli.....	17
2.3. Penelitian Terdahulu.....	19
2.4. Kerangka Penelitian	25
2.5. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.1.1 Tujuan Penelitian	28
3.1.2 Metodologi Penelitian.....	28
3.1.3 Strategi Penelitian.....	28
3.1.4 Unit Analisi.....	28
3.1.5 Keterlibatan Penelitian.....	29
3.1.6 Latar Penelitian	29
3.1.7 Waktu Pelaksanaan.....	29
3.2 Definisi Operasional dan pengukuran	30
3.2.1 Minat Beli	31

3.2.2 Promosi Produk.....	32
3.2.3 Kualitas Pelayanan.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel	35
3.4 Sumber Data	37
3.4.1 Data Primer	37
3.4.2 Data Sekunder.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Uji Analisis Deskriptif Variabel	38
3.6.2 Analisis Kuantitatif	39
3.6.3 Uji Instrumen Penelitian	39
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.5 Analisis Data.....	42
3.6.6 Uji Kelayakan Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	44
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1. Profil Perusahaan	44
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	45
4.3. Hasil Penelitian.....	48
4.3.1. Uji Instrument Validitas	48
4.3.2. Uji Reabilitas.....	49

4.3.3.	Uji Asumsi Klasik.....	51
4.3.4.	Uji Analisis Data.....	56
4.3.5.	Uji kelayakan Hipotesis	57
4.4.	Pembahasan	60
4.4.1.	Pembahasan Hasil Quesioner.....	60
4.5.	Pembahasan hasil peneliain.....	63
4.5.1.	Pengaruh promosi produk terhadap minat beli	63
4.5.2.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli	63
4.5.3.	Pengaruh Promosi produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli	64
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		65
5.1.	Kesimpulan.....	65
5.2.	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Rata-Rata Oppo Di Erafone Bekasi.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Minat Beli (Y).....	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Promosi Produk (X1).	29
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	31
Tabel 3.4 Skor Penelitian Kuisisioner	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	44
Tabel 4.4 Uji Validitas Promosi Produk	45
Tabel 4.5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	45
Tabel 4.6 Uji Validitas Minat Beli.....	46
Tabel 4.7 Uji Reabilitas Promosi Produk.....	47
Tabel 4.8 Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 4.9 Uji Reabilitas Minat Beli	48
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.11 Uji Lineritas	50
Tabel 4.12 Uji Lineritas	50
Tabel 4.13 Uji Multikolineritas.....	51
Tabel 4.14 Uji Heterokedastisitas	52
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi.....	52
Tabel 4.16 Uji Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.17 Uji T	54
Tabel 4.18 Uji F	56
Tabel 4.19 Uji Determinasi	57
Tabel 4.20 Deskripsi Variabel Promosi Produk.....	57
Tabel 4.21 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 4.22 Deskripsi Variabel Minat Beli	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Market Share Smartphone</i> Indonesia 2022 vs 2023	2
Gambar 1.2 <i>Merk Smarthphone</i> Terlaris Indonesia	3
Gambar 1.3 Data Penjualan <i>Smarthphone</i> Jawa Barat.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	23
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	27
Gambar 3.2 Jumlah Transaksi <i>Smartphone Store</i> Erafone Summarecon	32
Gambar 4.1 Logo <i>Store</i> Erafone	41
Gambar 4.2 Store Erafone Summarecon Kota Bekasi	42