

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG A15
5G DI JAKARTA SELATAN**

Tugas Akhir

Dimas Eka Putra Pratama

213402516204



**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Nasional
Jakarta
2026**

**PENGARUH KULITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG A15
5G DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

Dimas Eka Putra Pratama

213402516204



**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Nasional
Jakarta
2026**

Lembar Pernyataan

Penulis menyatakan dengan sebenar-sebenarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH KULITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG A15

5G DI JAKARTA SELATAN

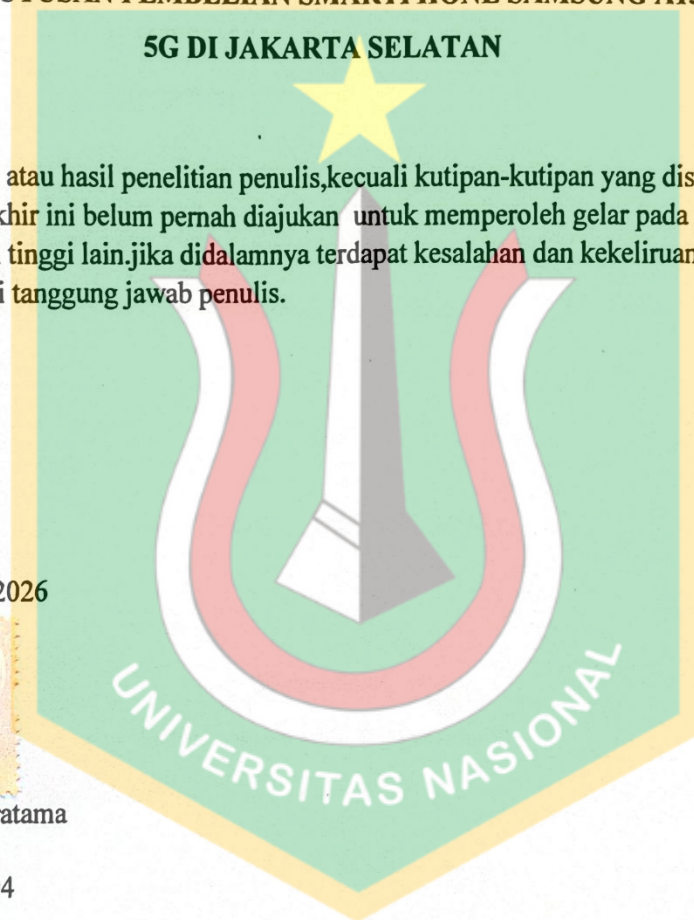
Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 11 Februari 2026



Dimas Eka Putra Pratama

NPM:213402516204



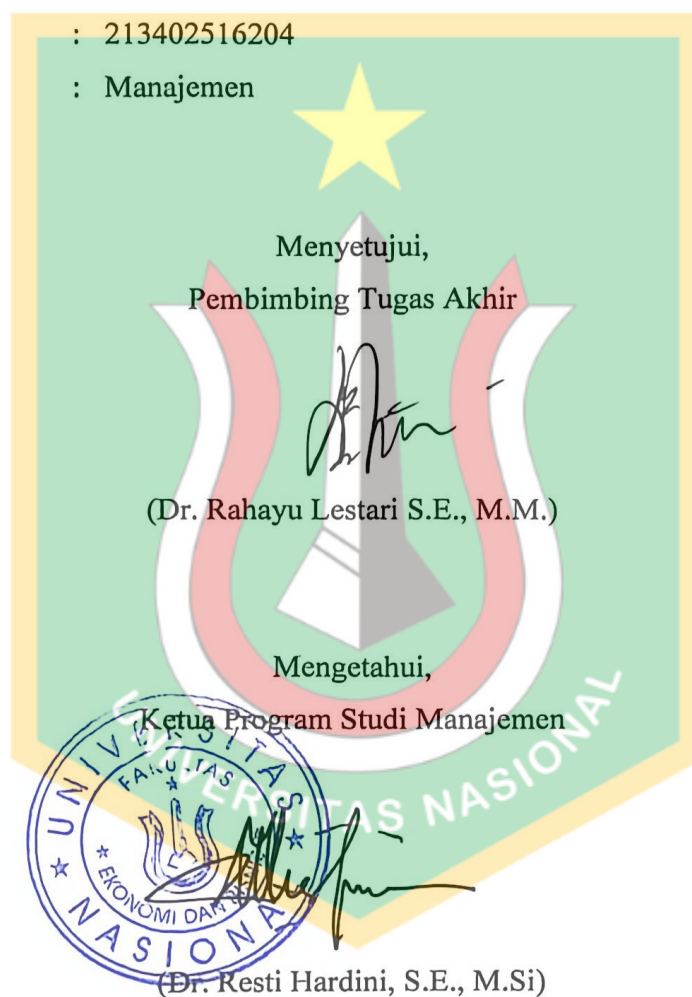
LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KULITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG A15 5G DI JAKARTA SELATAN**

Nama : Dimas Eka Putra Pratama

Nomor Pokok : 213402516204

Program Studi : Manajemen



Jakarta: 11. Februari 2026

Tanggal lulus:

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG A15 5G DI JAKARTA SELATAN**

Nama : **Dimas Eka Putra Pratama**


Nomor Pokok : **213402516204**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Tugas Akhir

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Ketua Penguji,



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

Anggota/Penguji,



(Santi Retno Sari, S.E., M.Si.)



Mengetahui,

Dekan


(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M)

Jakarta: 11. Februari 2026

Tanggal lulus:

ABSTRAK**PENGARUH KULITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG A15 5G DI
JAKARTA SELATAN**

Oleh :Dimas Eka Putra Pratama

NPM :213402516204

Tugas Akhir, di bawah bimbingan, Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

Perkembangan teknologi telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam memilih perangkat elektronik, termasuk smartphone. Di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, konsumen kini semakin selektif dalam mempertimbangkan berbagai faktor sebelum membeli produk. Salah satu merek yang tetap eksis di tengah persaingan adalah Samsung, khususnya melalui lini Galaxy A series. Produk terbaru seperti Samsung Galaxy A15 5G menjadi perhatian karena menawarkan spesifikasi unggulan dengan harga terjangkau, sehingga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian. Untuk memahami preferensi konsumen secara lebih mendalam, penting untuk mengkaji faktor-faktor seperti kualitas produk, persepsi harga, dan promosi yang dilakukan perusahaan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya di Jakarta Selatan.

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung A15 5G di Jakarta Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diisi oleh 100 responden dengan menggunakan metode Non-probability sampling dan rumus Lemeshow untuk menghitung jumlah sampel. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda dengan menggunakan IBM SPSS versi 26. Hasil penelitian menemukan bahwasanya Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT**The Influence of Product Quality, Price Perception, and Promotion on the Purchase Decision of Samsung A15 5G Smartphones in South Jakarta**

By: Dimas Eka Putra Pratama

Student ID : 213402516204

Final Project, under the guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

Technological developments have driven changes in consumer behavior in choosing electronic devices, including smartphones. Amidst increasingly competitive market competition, consumers are now more selective in considering various factors before purchasing a product. One brand that remains resilient amidst the competition is Samsung, particularly through its Galaxy A series line. The latest product such as the Samsung Galaxy A15 5G has attracted attention as it offers superior specifications at an affordable price, thus potentially influencing purchasing decisions. To gain a deeper understanding of consumer preferences, it is important to examine factors such as product quality, price perception, and promotions conducted by the company in influencing consumer purchasing decisions, especially in South Jakarta.

This study aims to examine the influence of Product Quality, Price Perception, and Promotion on the Purchasing Decision of Samsung A15 5G Smartphones in South Jakarta. The method used in this research involved data collection through questionnaires filled out by 100 respondents using a non-probability sampling method and the Lemeshow formula to calculate the sample size. Data analysis was conducted using multiple linear regression method with IBM SPSS version 26. The research findings revealed that Product Quality, Price Perception, and Promotion have a positive and significant influence on Purchasing Decisions.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Promotion, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “PENGARUH KULITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG A15 5G DI JAKARTA SELATAN” dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini, penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun, berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat, dan bantuan dari berbagai pihak, maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional serta selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
7. Seluruh staf serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang sudah membantu serta membagikan kemudahan dari dini perkuliahan sampai akhir perkuliahan.
8. Kepada kedua orang tua Bapak Eka Komara serta Ibu Hilmamalini dan kepada adik saya Sulis Tiana Zulfah yang tiada hentinya selalu mendoakan, selalu memberikan semangat dan dukungannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai..
9. Teman-teman seperbimbingan dan teman-teman Manajemen 2021 angkatan genap yang dengan tulus berbagi pengetahuan, informasi dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan.

Dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis menerima semua kritik dan saran yang membangun. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Jakarta, Agustus 2025

Dimas Eka Putra Pratama

Npm: 213402516204

DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	5
1. Tujuan penelitian	5
2. Kegunaan Penelitian	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSAKA	7
A. Manajemen Pemasaran	7
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2. Keputusan Pembelian.....	9
3. Persepsi Harga.....	10
4. Kualitas Produk	12
5. Promosi.....	13
B. Pengaruh Antar Variabel	15
1. Pengaruh kualitas produk dengan keputusan pembelian.....	15
2. Pengaruh persepsi harga dengan keputusan pembelian	15
3. Pengaruh promosi dengan keputusan pembelian	15
C. Hasil Penelitian Terdahulu	16
D. Kerangka Analisis.....	19

E. Hipotesis	20
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN	21
A. Objek Penelitian.....	21
B.Data Penelitian.....	21
1.Sumber dan jenis data	21
2.Populasi dan sampel	22
3.Metode Dan Alat Pengumpulan Data	23
C.Definisi Operasional Variabel	24
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesi.....	25
1. Metode Analisis.....	25
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	26
3. Uji Instrumen.....	27
4. Uji Asumsi Klasik	27
5. Uji Kelayakan Model	29
6. Uji Hipotesis.....	30
BAB IV	31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Hasil Penelitian.....	31
1.Deskripsi Penelitian	31
2. Karakteristik Responden.....	31
3.Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	34
B. Pembahasan	46
BAB V.....	49
KESIMPULAN DAN SARAN	49
A.Kesimpulan	49
B.Saran	50
DAFTAR PUSAKA.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Kerangka Analisis 19



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top 7 Global Selling Smartphone Versi Counterpoint.....	2
Tabel 2. 1 Rujukan Penelitian	16
Tabel 3. 2 Skala Likert	23
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	32
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	33
Tabel 4. 4 Penghasilan Responden	33
Tabel 4. 5 Deskriptif Kualitas Produk.....	34
Tabel 4. 6 Deskriptif Persepsi Harga	35
Tabel 4. 7 Deskriptif Promosi	36
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas	38
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	39
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	40
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi	41
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	43
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis.....	45



Daftar Lampiran

Lampiran 1: Riwayat Hidup.....	21
Lampiran 2 Lembar Kuesioner Penelitian	22
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data Responde.....	26
Lampiran 4 Hasil Penelolan Kusioner.....	39
Lampiran 5 Tabel R	79
Lampiran 6 Tabel Dw	480
Lampiran 7 Konsultan Bimbingan.....	81
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	82

