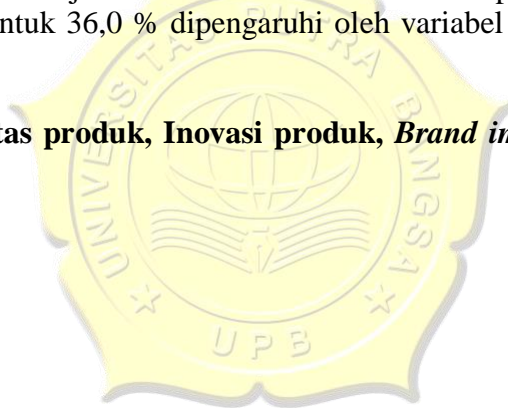


## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh, kualitas produk, inovasi produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo Y17s pada masyarakat di Kabupaten Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna yang membeli dan menggunakan *smartphone* Vivo Y17s. Penelitian ini mengambil 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling* dengan angket atau kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang disebarakan melalui *google form* dan secara langsung kepada pengguna *smartphone* Vivo Y17s. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk ( $x_1$ ), inovasi produk ( $x_2$ ), *brand image* ( $x_3$ ) dan keputusan pembelian ( $y$ ). Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan statistik yang meliputi uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis linear berganda dengan menggunakan bantuan *program SPSS Release 25.0 for Windows*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa: 1) Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 2) Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 3) *Brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa kontribusi variabel pada model ini sebesar 64,0 % sedangkan untuk 36,0 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas produk, Inovasi produk, *Brand image* dan Keputusan pembelian.



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence, produk quality, produk innovation and brand image on purchasing decision for the Vivo Y17s smartphone among the people of Kebumen Regency. The population in this study are users who purchased and used the Vivo Y17s smartphone. This study took 100 respondents using a purposive sampling technique with a questionnaire as a data collection tool which was distributed via Google Form and directly to Vivo Y17s smartphone users. The variabels used in the study are product quality ( $x_1$ ), produk innovation ( $x_2$ ), brand image ( $x_3$ ) and purchasing decisions ( $y$ ). This analysis technique in this study uses descriptive and statical analysis which includes validity and reability testing, classical assumption testing, hypothesis testing and multiple linear analysis using the SPSS Release 25.0 for Windows program. The results of this study explain that: 1) product quality influences purchasing decisions. 2) product innovation has no effect on purchasing decisions. 3) brand image influences purchasing decisions. Based on the Adjusted R Square value, it shows that the contribution of the variabels in this model is 64%, while 36,0% is influenced by variabeles not explained in this study.*

**Keywords: Product quality, Product innovation, Brand image and Purchasing decisions**



## **HALAMAN MOTTO**

“Ketika dunia ternyata jahat kepada mu, maka kau harus menghadapinya,  
karena tidak ada seorangpun akan menyelamatkan mu”

Jika jalan yang kamu lalui mudah berarti kamu salah jalan, jika jalan yang kamu  
lalui buntu maka buatlah jalan baru”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda Terimakasih yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua yang tercinta. Bapak Wiyadi dan Ibu Turminah yang telah mendukung dan mendo'akan saya serta orang yang paling berjasa dalam hidup penulis.
2. Adek kandung penulis, Sarah Tifa Agnia. Terimakasih telah menjadi alasan penulis untuk berjuang menyelesaikan pendidikan tepat waktu.
3. Dosen pembimbing, Mispuyanti S.E., M.Ak., CA. Terimakasih atas ilmu, arahan, perhatian dan kesabaran yang selama ini diberikan dengan tulus dan ikhlas kepada penulis.
4. Sahabat penulis, Hari Fatwa Aditiya dan Nur Alfiyah yang telah berjuang bersama melewati masa sulit dan bahagia bersama.
5. Teman-teman Reguler A yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membuat masa-masa perkuliahan menjadi berkesan.
6. Almamater yang saya banggakan Universitas Putra Bangsa.
7. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim. Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadirat Allah subhanahuata'alla yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE VIVO Y17S* “**.

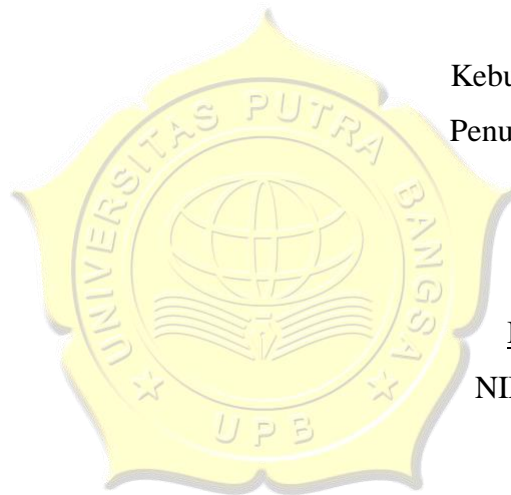
Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realitas kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah.

Melalui tulisan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Mispianiti, S.E., Ak., M.Ak., CA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis Wiyadi dan Turminah beserta adik penulis Sarah Tifa Agnia atas do'a dan dukungannya selama ini.
3. Semua dosen Universitas Putra Bangsa yang telah mendidik dan mengajar penulis dengan tulus dan sabar.
4. Semua rekan-rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa khususnya teman-teman dari kelas Reguler A dan Pemasaran A.

5. Semua Pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu pesatu

Penulis menyadari bahwa masih adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.



Kebumen, 5 April 2024

Penulis,

Ika Amalia

NIM: 20550256

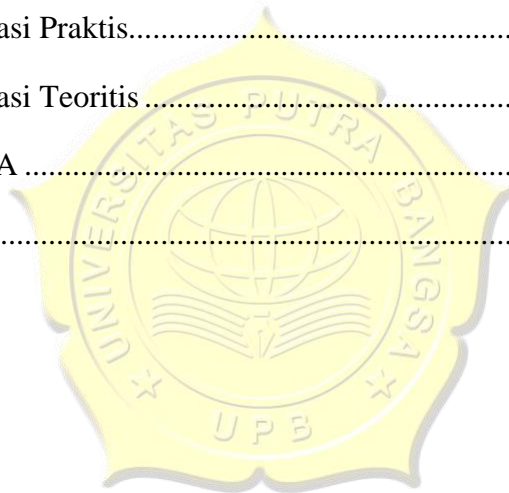
## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA.....	18

2.1.	Tinjauan Teori .....	18
2.1.1.	Keputusan Pembelian.....	18
2.1.2.	Kualitas Produk.....	21
2.1.3.	Inovasi Produk .....	23
2.1.4.	<i>Brand Image</i> .....	26
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	30
2.4.	Model Empiris .....	33
2.5	Hipotesis .....	34
BAB III.....		36
METODE PENELITIAN .....		36
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	36
3.2.	Variabel Penelitian .....	36
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	37
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	41
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6.	Populasi dan Sampel.....	44
3.7.	Teknik Analisis.....	47
3.8	Alat analisis .....	48
BAB IV .....		57
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		57
4.1.	Analisis Deskriptif.....	57
4.1.1	Sejarah <i>Smartphone</i> Vivo Y17s.....	57
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	58
4.1.3	Profil Responden.....	58



4.2.	Analisis Statistik.....	65
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	65
4.2.2	Uji Asumsi Klasik .....	70
4.3.	Pembahasan .....	84
BAB V.....		90
SIMPULAN .....		90
5.1.	Simpulan.....	90
5.2.	Keterbatasan .....	91
5.3	Implikasi.....	92
5.3.1.	Implikasi Praktis.....	92
5.3.2.	Implikasi Teoritis .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....		96
LAMPIRAN.....		100



## DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Data Top Brand Perbandingan <i>Smartphone</i> 2018-2022.....	3
Tabel I- 2 Penjualan <i>Smartphone</i> di Kabupaten Kebumen.....	5
Tabel I- 3 Hasil Observasi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Vivo Y17 .....	7
Tabel II Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel III- 1 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian.....	38
Tabel III- 2 Distribusi Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	39
Tabel III- 3 Distrinusi Variabel Inovasi Produk ( $X_2$ ).....	40
Tabel III- 4 Distribusi Variabel <i>Brand Image</i> ( $X_3$ ).....	41
Tabel IV- 1 Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan).....	59
Tabel IV- 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel IV- 3 Responden Berdasrkan Usia.....	62
Tabel IV- 4 Reaponden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
Tabel IV- 5 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	64
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validita Kualitas Produk.....	67
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Inovasi Produk.....	67
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	68
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	69
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinnieritas.....	71
Tabel IV- 12 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Komogorov-Smirnov Test</i> .....	75
Tabel IV- 13 Hasil Regresi Uji t .....	76
Tabel IV- 14 Hasil Regresi Uji t .....	79
Tabel IV- 15 Hasil Uji Hipotesis .....	80
Tabel IV- 16 Hasil Regresi Uji F .....	82
Tabel IV- 17 Hasil Regresi Koeffisien Determinasi.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	34
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas .....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2 Data Responden.....	104
Lampiran 3 Data Tabulasi.....	109
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	114
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	116
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	117
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	119
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	120
Lampiran 9 Tabel t.....	121
Lampiran 10 Tabel F.....	124
Lampiran 11 Tabel R .....	125
Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi.....	128
Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal.....	129

