

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI  
SMARTPHONE SAMSUNG DI SAMSUNG STORE PLASA MARINA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**VISCA AULIA**

**NPM: 1642010008**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli *Smartphone* Samsung Di Samsung Store Plasa Marina Surabaya**

Disusun Oleh :

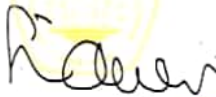
Visca Aulia

1642010008

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui

**PEMBIMBING**



Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, MS. CHRA

NIP. 195907011987031001

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli  
Smartphone Samsung di Samsung Store Plasa Marina

Surabaya

Nama Mahasiswa : Visca Aulia  
NPM 1642010008

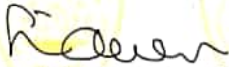
Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui dan diseminarkan pada tanggal 30 Maret 2020

Menyetujui,

**DOSEN PEMBIMBING**



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
NIP. 196009241993032001

**TIM PENGUJI**

1.



**Dr. Nurhadi, M.Si**  
NIP. 196902011994031001

2.



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
NIP. 196009241993032001



**Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si**  
NIP. 196805011994032001

Menyetujui,  
**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU  
POLITIK**



**Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, MS, CHRA**  
NIP. 195907011987031001

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli *Smartphone* Samsung Di Samsung Store Plasa Marina Surabaya”** dengan baik meskipun banyak kekurangan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini dengan kesabaran serta rela meluangkan waktu untuk penulis.

Penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Ilmu Adminisrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Adminisrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan do'a kepada penulis.
5. Seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis.

Selain itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa didalam menyusun skripsi ini masih kurang baik. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan dimasa yang akan datang.

Surabaya, Februari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	10
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	12
<b>2.2.1 Pemasaran</b> .....	12
<b>2.2.2 Bauran Pemasaran</b> .....	15
<b>2.2.3 Harga</b> .....	16
<b>2.2.3 Promosi</b> .....	20
<b>2.2.4 Minat Beli</b> .....	24
<b>2.2.5 Perilaku Konsumen</b> .....	26
<b>2.3 Kerangka Berpikir</b> .....	30
<b>2.4 Hipotesis</b> .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	32
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	32
<b>3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel</b> .....	32
<b>3.2.1 Definisi Operasional</b> .....	32
<b>3.2.2 Pengukuran Variabel</b> .....	34
<b>3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel</b> .....	35
<b>3.3.1 Populasi</b> .....	35
<b>3.3.2 Sampel</b> .....	35
<b>3.3.3 Teknik Penarikan Sampel</b> .....	36
<b>3.4 Jenis dan Sumber Data</b> .....	37

<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	37
<b>3.6 Teknik Analisis</b> .....	38
<b>3.6.1 Uji Validitas</b> .....	38
<b>3.6.2 Uji Realibilitas</b> .....	39
<b>3.6.3 Uji Asumsi Klasik</b> .....	39
<b>3.6.4 Teknik Analisis Regresi Berganda</b> .....	41
<b>3.6.5 Uji Hipotesis</b> .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	46
<b>4.1 Hasil Peneltian</b> .....	46
<b>4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	46
<b>4.1.2 Penyajian Data</b> .....	48
<b>4.1.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis</b> .....	54
<b>4.2 Pembahasan</b> .....	64
<b>4.2.1 Pengaruh Secara Simultan Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli</b> .....	64
<b>4.2.2 Pengaruh Harga (X1) Secara Parsial Terhadap Minat Beli</b> .....	65
<b>4.2.3 Pengaruh Promosi (X2) Secara Parsial Terhadap Minat Beli</b> .....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	68
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	68
<b>5.2 Saran</b> .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	70
<b>LAMPIRAN</b> .....	74

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Diagram Produsen Smartphone Di Indonesia .....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 2. 1 Konsep Pemasaran .....</b>	<b>14</b>
<b>Gambar 2. 2 Unsur Bauran Pemasaran .....</b>	<b>16</b>
<b>Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>31</b>
<b>Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 3. 2 Kurva Uji T.....</b>	<b>44</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Data Smartphone Samsung Di Samsung Store Plasa Marina Surabaya....</b>	<b>7</b>
<b>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4. 3 Kuesioner Variabel Harga (X1).....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 4 Kuesioner Variabel Promosi (X2).....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 5 Kuesioner Variabel Minat Beli (Y).....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas (KS).....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Herteroskedastisitas.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan) .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4. 14 Hasil Uji T (Parsial) .....</b>	<b>63</b>

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI  
SMARTPHONE SAMSUNG DI SAMSUNG STORE PLASA MARINA  
SURABAYA**

**Visca Aulia**

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

[viscaauliaa@gmail.com](mailto:viscaauliaa@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Smartphone* adalah sebuah telepon genggam yang memiliki fitur atau kemampuan tingkat tinggi yang sering kali dalam penggunaannya menyerupai komputer. Kehadiran *smartphone* mampu memberikan berbagai manfaat bagi penggunanya sehingga permintaan masyarakat akan *smartphone* semakin bertambah dan meningkat. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel harga (X1) dan variabel produk (X2) terhadap variabel minat beli (Y) *smartphone* Samsung. Jenis penelitian menggunakan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berminat dan membeli *smartphone* Samsung di Samsung Store Plasa Marina Surabaya. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 orang responden, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Alat analisa data menggunakan regresi linear berganda, dengan alat bantu pengolahan *IBM SPSS Statistic 25*.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga (X1) dan promosi (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel minat beli (Y) dapat dilihat bahwa F-hitung (17.874) > F-tabel (3.09). Selain itu variabel harga (X1) dan promosi (X2) juga terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli (Y) dapat dilihat bahwa variabel harga dengan nilai t hitung (4.405) > t tabel (1.985) dan variabel promosi dengan nilai t hitung (2.857) > t tabel (1.985).

Kata kunci: *Smartphone*, Harga, Promosi, Minat Beli

## **ABSTRACT**

*Smartphone is a mobile phone that has features or high-level capabilities that are often in use like a computer. The presence of a smartphone can provide various benefits for its users so that the public demand for smartphones is increasing and increasing. The purpose of this study was to examine and analyze the effect of price variables (X1) and product variables (X2) on Samsung smartphone purchase interest variables (Y). This type of research uses descriptive quantitative approach. The population in this study is consumers who are interested and buy Samsung smartphones at Samsung Store Plaza Marina Surabaya. The number of samples determined was 100 respondents, the sampling method used was non-probability sampling by determining the sample using a purposive sampling technique. Data collection methods through questionnaires. The data analysis tool uses multiple linear regression, with processing tools IBM SPSS Statistics 25.*

*From the results of the study note that the price variable (X1) and promotion (X2) simultaneously have a significant effect on the purchase interest variable (Y) can be seen that the F-count (17,874) > F-table (3.09). Besides the price variable (X1) and promotion (X2) there is also a partially significant influence on buying interest (Y). It can be seen that the price variable with a calculated value (4,405) > t table (1,985) and a promotional variable with a calculated value (t) 2,857 > t table (1,985).*

*Keywords: Smartphone, Price, Promotion, Purchase Interest*