

**PENGARUH PERIKLANAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

AKHMADAH MAULIDIYAH
21012010200/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

**PENGARUH PERIKLANAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

AKHMADAH MAULIDIYAH
21012010200/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH PERIKLANAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

AKHMADAH MAULIDIYAH
21012010200/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 07 November 2025

Pembimbing Utama

Tim Penguji Ketua

Ugy Soebiantoro, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP. 196801081989031001

Anggota

Wilma Cordella Izaak, S.E., M.M.
NPT. 17219831020049

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Akhmadah Maulidiyah
NPM : 21012010200
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Oktober 2025

Yang Membuat pernyataan

A yellow rectangular meter stamp with a scalloped border. It features the Garuda Pancasila emblem at the top center. Below the emblem, the text 'METERAI TEMPEL' is printed. At the bottom, a unique alphanumeric code '9FACEANX060286172' is visible. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Akhmadah Maulidiyah

21012010200

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Periklanan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk *Smartphone* Samsung di Surabaya” sesuai dengan waktu yang diharapkan. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penyusunan penelitian ini, tentu tak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak tersebut di antaranya:

1. Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, kesabaran, kekuatan, keteguhan, serta anugerah kesehatan jasmani dan rohani sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan sebaik-baiknya.
2. Bapak Prof. Ir. H. Akhmad Fauzi, M. MT. IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Bapak Ugy Soebiantoro, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak dorongan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan benar.
6. Bapak Drs. Ec. Supriyono, SE.MM selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan serta dukungan semasa menempuh perkuliahan.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen yang telah tulus dan ikhlas memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Ibu Titik Hidayati dan bapak Affandi selaku orang tua penulis tercinta yang telah memberikan doa, perhatian, dukungan baik secara materi, tenaga maupun pikiran. Terima kasih atas semua pengorbanan dan ketulusan yang diberikan kepada anak perempuan pertamanya ini hingga berhasil menyanggah gelar sarjana seperti apa yang diharapkan.
9. Kakek, nenek, Azizah, Lisa, Ajeng selaku adik tercinta penulis yang telah memberikan perhatian dengan penuh cinta serta kasih sayang yang amat besar serta pemberian dukungan melalui doa yang dipanjatkan tanpa henti untuk penulis demi kelancaran hingga masa studi berakhir.
10. Radiva, Anggun, Nisa, Louwvina selaku sahabat penulis yang selalu memberikan *support* dan bantuan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan penyusunan penelitian ini.
11. Dyah yang selalu menemani suka duka dari awal hingga akhir masa perkuliahan penulis, Jeje dan Icha selaku teman karib yang penuh perhatian di bangku perkuliahan, serta Angelina yang turut memberikan dukungan

dan tempat singgah dengan suasana yang nyaman sehingga membuat proses mengerjakan skripsi penulis menjadi lebih lancar.

12. Syech Noval Kurnia Ramadhan selaku *partner* penulis. Terima kasih atas perhatian, kasih sayang, dukungan dalam bentuk motivasi, waktu, tenaga dan materi, menemani dan menghibur penulis, mendengarkan keluh kesah serta meyakinkan penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

13. Serta ucapan terimakasih kepada diri, Akhmadah Maulidiyah yang mampu bertanggung jawab dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena selalu berusaha dan tidak menyerah hingga bisa berada di titik ini. Terima kasih karena sudah bertahan.

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis merasa masih banyak kekurangan dan menyadari bahwa penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal penelitian ini. Harapan yang paling besar dari penyusunan penelitian ini adalah semoga apa yang penulis susun ini penuh manfaat, baik untuk pribadi, teman-teman, serta orang lain yang akan mengambil poin-poin penting dari proposal sebagai tambahan dalam menambah referensi yang telah ada. Penulis sangat berharap semoga proposal penelitian ini bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 26 Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.2 Perilaku Konsumen	20
2.2.3 Bauran Promosi	21
2.2.4 Periklanan	22
2.2.4.1 Pengertian Periklanan.....	22
2.2.4.2 Fungsi Periklanan	22

2.2.4.3 Penyusunan Program Periklanan	23
2.2.4.4 Indikator Periklanan	25
2.2.5 Kualitas Produk	25
2.2.5.1 Pengertian Kualitas Produk	25
2.2.5.2 Indikator Kualitas Produk	27
2.2.6 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	28
2.2.6.1 Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	28
2.2.6.2 Manfaat Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	29
2.2.6.3 Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	29
2.2.7 Minat Beli Ulang	30
2.2.7.1 Pengertian Minat Beli Ulang	30
2.2.7.2 Indikator Minat Beli Ulang	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1 Pengaruh Periklanan terhadap Minat Beli Ulang	31
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang	33
2.3.3 Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>) terhadap Minat Beli Ulang	34
2.4 Kerangka Konseptual	36
2.5 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	37

3.1.2 Pengukuran Variabel	43
3.2 Teknik Penentuan Sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	46
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	47
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	48
3.4.1 Teknik Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	48
3.4.2 Cara Kerja PLS	49
3.4.3 Model Spesifikasi PLS	50
3.4.4 Langkah-Langkah PLS	50
3.4.5 Asumsi PLS	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	59
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	60
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil	60
4.2.2 Deskripsi Variabel	62
4.2.2.1 Deskripsi Hasil Variabel Periklanan (X1)	62
4.2.2.2 Deskripsi Hasil Variabel Kualitas Produk (X2)	64
4.2.2.3 Deskripsi Hasil Variabel Citra Merek (X3)	68

4.2.2.4 Deskripsi Hasil Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	70
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis	73
4.3.1 Interpretasi Hasil PLS.....	73
4.3.1.1 <i>Outer Model</i>	73
4.3.1.2 <i>Inner Model</i>	80
4.3.2 Pengujian Hipotesis	82
4.4 Pembahasan	85
4.4.1 Pengaruh Periklanan terhadap Minat Beli Ulang	85
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.	86
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top <i>Brand Award</i> Situs Penjualan <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2020-2024.	3
Tabel 1.2 Data <i>Brand Value</i> Samsung tahun 2020-2024	8
Tabel 3.1. Skor Jawaban Responden Skala Likert.	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.2 Domisi Responden	61
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Periklanan.....	62
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	64
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek	68
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawab Responden Variabel Minat Beli Ulang	70
Tabel 4.7 <i>Outer Loadings</i>	75
Tabel 4.8 <i>Cross Loadings</i>	76
Tabel 4.9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	78
Tabel 4.10 <i>Composite Reliability</i>	79
Tabel 4.11 <i>Latent Variable Correlations</i>	80
Tabel 4.12 <i>R- Square</i>	81
Tabel 4.13 <i>Path Coefficients</i>	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan <i>Smartphone</i> Samsung.....	4
Gambar 1.2 Ulasan Ringkasan Peringkat Kualitas Produk Samsung.	6
Gambar 1.3 Ulasan Pengguna	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 3.1 Langkah-langkah PLS	51
Gambar 3.2 Contoh Diagram Jalur PLS.....	53
Gambar 4.3 <i>Outer Model</i> dengan <i>factor loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>	73
Gambar 4.4 <i>Inner Model</i> dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i>	84

ABSTRAK

PENGARUH PERIKLANAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG DI SURABAYA

OLEH :

AKHMADAH MAULIDIYAH

21012010200/FEB/EM

Perkembangan industri *smartphone* di Indonesia yang semakin kompetitif mendorong perusahaan untuk berinovasi dalam periklanan, kualitas produk, dan citra merek demi meningkatkan minat beli ulang konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat beli ulang *smartphone* Samsung di Surabaya.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dari 114 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun, yang telah membeli dan menggunakan *smartphone* Samsung selama satu tahun, serta berdomisili di Surabaya. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji validitas, reliabilitas, dan hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa periklanan dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: *Periklanan, Kualitas Produk, Citra Merek, Minat Beli Ulang, Smartphone, Samsun*