

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG  
PRODUK PADA SMARTPHONE SAMSUNG DAN  
BLACKBERRY (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta)**

**GITA SETIAWATI  
8215108247**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2015**

**THE ANALYSIS OF INFLUENCE OF SALES PROMOTION  
AND PRODUCT QUALITY TOWARD REPURCHASE  
INTENTION SAMSUNG AND BLACKBERRY  
SMARTPHONES (Study on College Student at Faculty of  
Economics, State University of Jakarta)**

**GITA SETIAWATI**

**8215108247**



**This thesis is written as one of the requirements for getting a Bachelor Degree of  
Economics**

**STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT  
MARKETING MANAGEMENT  
DEPARTMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2015**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Penanggung Jawab**

**Dekan Fakultas Ekonomi**



**Drs. Dedi Purwana. E.S., M.Bus**

**NIP: 19671207 199203 1001**

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tanda Tangan</b>	<b>Tanggal</b>
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si., M.Si</u> NIP: 19720506 200604 1 002	Ketua		31 Juli 2015
2. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP: 19700212 200812 1 001	Sekretaris		31 Juli 2015
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 19720617 199903 1 001	Penguji Ahli		31 Juli 2015
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP: 19720627 200604 1 001	Pembimbing I		31 Juli 2015
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP: 19630119 199203 2 001	Pembimbing II		31 Juli 2015

**Tanggal Lulus : 10 Juli 2015**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya yang menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Juni 2015 .....

Yang membuat pernyataan



Gita Setiawati  
8215108247

## ABSTRAK

**Gita Setiawati, 2015; Analisis Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Smartphone Samsung dan Blackberry. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Mohammad Rizan, SE,MM. & Dra. Basrah Saidani,MSi.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari promosi penjualan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang terhadap produk Blackberry dan Samsung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif dan kausal dengan menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta khususnya angkatan 2014 dan jenjang S-1 saja. Total sampel pada penelitian ini adalah 152 orang yang kemudian alat analisis yang digunakan adalah SPSS 21. Hasil dari uji t untuk smartphone Samsung menunjukkan promosi penjualan terhadap minat beli ulang berpengaruh secara signifikan dengan nilai  $X_1$  ke Y (0,000) dan kualitas produk terhadap minat beli ulang juga berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi  $X_2$  ke Y (0,000) keduanya pun tidak lebih besar dari 0,05. Hasil dari uji t untuk smartphone Blackberry menunjukkan promosi penjualan terhadap minat beli ulang berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi  $X_1$  ke Y (0,000) dan kualitas produk terhadap minat beli ulang juga berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi  $X_2$  ke Y (0,000). Hasil dari uji F menunjukkan pengaruh yang signifikan dari promosi penjualan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang yaitu (0,000). Kemudian hasil koefisiensi determinasi untuk smartphone Samsung pada penelitian ini menunjukkan besarnya variasi nilai variabel promosi penjualan dapat menjelaskan variabel minat beli ulang sebesar 38,1%; besarnya variasi nilai variabel kualitas produk dapat menjelaskan variabel minat beli ulang sebesar 40%. Kemudian hasil koefisiensi determinasi untuk smartphone Blackberry pada penelitian ini menunjukkan besarnya variasi nilai variabel promosi penjualan dapat menjelaskan variabel minat beli ulang sebesar 16,5%; besarnya variasi nilai variabel kualitas produk dapat menjelaskan variabel minat beli ulang sebesar 18,6% ; secara keseluruhan promosi penjualan dan kualitas produk dapat menjelaskan variabel minat beli ulang sebesar 50,5%. Sementara, 49,5% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang.

## **ABSTRACT**

***Gita Setiawati, 2015; The Analysis of Influence of Sales Promotion and Product Quality toward Repurchase Intention Samsung and Blackberry Smartphone. Mini-thesis, Jakarta: Marketing Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory: Dr. Mohammad Rizan, SE,MM. & Dra. Basrah Saidani, MSi.***

*The purpose of this study was to find out how the effect of sales promotions and product quality toward repurchase intention on Samsung and Blackberry. This study uses quantitative methods with descriptive and causal research design using a survey method. The population in this study is student Faculty of Economics, State University of Jakarta in particular force in 2014. The total sample in this study were 152 people and analysis tool used was SPSS 21. The results of t test for Samsung smartphone shows sales promotions and repurchase intention significantly influence the significance value  $X_1$  to  $Y$  (0,000) and product quality and repurchase intention are also significantly influence the significance value  $X_2$  to  $Y$  (0,000) both are not greater than 0,05. The results of t test for Blackberry smartphone shows sales promotions and repurchase intention significantly influence the significance value  $X_1$  to  $Y$  (0,000) and product quality and repurchase intention are also significantly influence the significance value  $X_2$  to  $Y$  (0,000). The results of F test showed a significant effect of sales promotions and product quality toward repurchase intention (0,000). Then result of determination coefficient for Samsung smartphones in this study shows the variation of the sales promotion variables may explain the repurchase intention for 38.1 %; then product quality variable can explain repurchase intention for 40%. Then the result of determination coefficient for Blackberry smartphones in this study shows the variation of the sales promotion variables may explain the repurchase intention for 16.5%; then large product quality variable can explain repurchase intention for 18.6%; overall sales promotions and product quality may explain the repurchase intention for 50.5%. While, 49.5% were influenced or explained by other variables that are not included in this study.*

*Keywords: Sales Promotion, Quality Products, Repurchase Intention.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Smartphone Samsung dan Blackberry (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, penulis pun ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan sarannya. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Untuk kedua orang tuaku tercinta, Nur Farida dan Hendramin Surawisastra yang telah memberikan dukungan materi, motivasi, semangat dan doanya yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mohamad Rizan, SE,MM. dan Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing peneliti. Semangat dan bantuan yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si. dan Bapak Usep Suhud, Ph.D selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik lagi.

4. Bapak Drs. Dedi Purwana, ES.M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
5. Dr. Hamidah, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad S.Si., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
7. Semua dosen Manajemen FE Universitas Negeri Jakarta yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu serta pengalaman tentang banyak hal kepada penulis hingga bisa membantu menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua kakakku tercinta, Meinita Kusumawati dan Indra Perdana Kusumah atas doa dan dukungannya selama ini kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Varyan Putra M, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan bantuannya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk sahabatku tercinta, Frista Dearetha M dan Destyarsah N, yang telah menjadi teman dan sahabat terbaik berbagi suka maupun duka serta juga memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman S1 Manajemen baik Reguler maupun Non-Reguler 2010 yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.



12. Dan untuk semua pihak yang tidak dapat penulis lampirkan satu per satu yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan yang ada dalam skripsi ini, penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi banyak pihak. Saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan di waktu yang akan datang. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 29 Mei 2015

Penulis