

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SMART PHONE
SAMSUNG PADA
MAHASISWA PRODI SI MANAJEMEN ANGKATAN 2018 DI UNIVERSITAS NEGERI
GORONTALO

Oleh
MUH. AGUNG NADJAMUDDIN
NIM. 931416110

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Selasa, 07 Juli 2020

Waktu : 10:00:00

Penguji

1. Dr. ANDI YUSNIAR MENDO, SE, MM
NIP.197009232005012001
2. VALENTINA MONOARFA, SE., MM
NIP.196907102008122001
3. Dr. RIZAN MACHMUD, S.Kom, M.Si
NIP.198307162009121006
4. AGUS HAKRI BOKINGO, S.Pd., M.Si
NIP.198608172015041002

1.....

2.....

3.....

4.....

Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI



Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.
NIP.197207252006041002

ABSTRAK

Agung Nadjamuddin, NIM 931 116 110. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Brand Samsung Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Angkatan 2018 Di Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Bapak Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si dan Bapak Agus Hakri Bokingo, S.Pd., M.Si.

Penelitian ini bertujuan mengetahui Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Brand Samsung Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Angkatan 2018 Di Universitas Negeri Gorontalo baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini dilaksanakan pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Angkatan 2018 Di Universitas Negeri Gorontalo yang telah memenuhi standar sampel yang telah ditentukan sehingga data dalam penelitian ini merupakan data premier. Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan regresi berganda (karena lebih dari 1 variabel bebas). Analisis dilakukan dengan bantuan program SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli sedangkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Dan secara simultan variabel bebas (promosi dan kualitas produk) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Minat Beli). Kemudian nilai R Square adalah sebesar 0,413%. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 41,3% variabel Promosi dan Kualitas Produk sedangkan sisinya sebesar 58,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Minat Beli

ABSTRACT

Agung Nadjamuddin. Student ID Number: 931 116 110. The Effect of Promotion and Product Quality towards Samsung Brand Buying Interest on Students of Bachelor of Management Study Program, Class of 2018, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si and the co-supervisor is Agus Hakri Bokingo, S.Pd., M.Si.

This research aims to find out the effect of promotion and product quality towards Samsung brand buying interest on students of Bachelor of Management Study Program, class of 2018, State University of Gorontalo, both simultaneously and partially. This research is conducted on the students of Bachelor of Management Study Program, class of 2018, State University of Gorontalo, who have met standard sample, thereby the data in this research are primary data. The data collection is obtained from observation, questionnaire, and documentation. The data are analyzed through multiple regression (since the independent variable is more than 1). The analysis is conducted with the assistance of the SPSS 23 program.

The findings reveal that partially the promotion does not significantly influence towards buying interest while product quality significantly influences towards buying interest. Simultaneously, independent variables (promotion and product quality) significantly influence towards dependent variable (buying interest). The R square is 0,413%, this reveals that 41,3% is explained by variable of promotion and product quality, while the rest is 58,7% is explained by other variables excluding from this research.

Keywords: Promotion, Product Quality, Buying Interest