

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI *ONLINE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
HANDPHONE MEREK VIVO DI KOTA PALOPO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana S1 Program
Studi Manajemen



Munasira Rahman PM

201720031

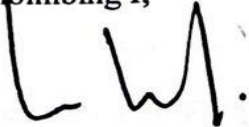
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUH AMMADIYAH PALOPO
2021/2022**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI *ONLINE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
***HANDPHONE* MEREK VIVO DI KOTA PALOPO**

disusun dan diajukan oleh
Munasira Rahman P Manajai
(201720031)

telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan

Pembimbing I,



RAHMAD SOLLING HAMID, S.E., M.M.
NIDN. 0903118601

Tanggal 28 Juli 2022

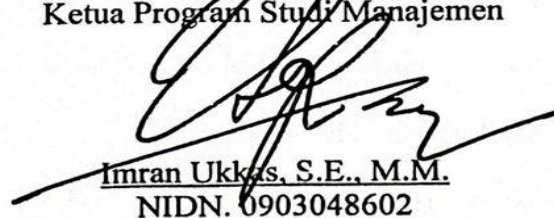
Pembimbing II,



MUHAMMAD HALIM, S.E., M.Si.
NIDN. 20080047

Tanggal 18 Juli 2022

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Imran Ukks, S.E., M.M.
NIDN. 0903048602

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

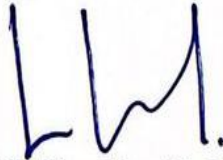
**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PROMOSI ONLINE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDHONE*
MEREK VIVO DI KOTA PALOPO**

disusun dan diajukan oleh

MUNASIRA RAHMAN PM
201720031

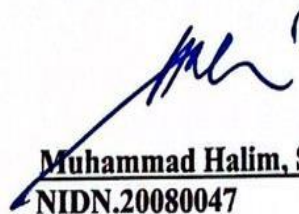
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M
NIDN. 0903118601

Pembimbing II



Muhammad Halim, S.E., M.Si.
NIDN.20080047

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palopo,



Hapid, S.E., M.M.
NIDN. 0925036601

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan,



Imran Ukkas, S.E., M.M.
NIDN. 0903048602

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PROMOSI ONLINE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDHONE*
MEREK *VIVO* DI KOTA PALOPO**

disusun dan diajukan oleh

MUNASIRA RAHMAN PM
201720031

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi pada tanggal 20 Oktober 2022 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelas Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M.

(.....)

Pembimbing II : Muhammad Halim, S.E., M.Si.

(.....)

Penguji I : Edi Maszudi, S.IP., M.M.

(.....)

Penguji II : Ibrahim Halim, S.Pd.I, M.Pd.I.

(.....)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Imran Ukkas, S.E., M.M.
NIDN. 0903048602

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Munasira Rahman PM

NIM : 201720031

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI *ONLINE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* MEREK *VIVO* DI KOTA PALOPO

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 18 Agustus 2022

t Pernyataan,

Munasira Rahman PM
NIM. 201720031



Similarity Report ID: oid:22918:20384718

PAPER NAME

**013a1567-4349-4aa9-ac6c-1a6f4eac425
d.docx**

AUTHOR

Munasira Rahman

WORD COUNT

11334 Words

CHARACTER COUNT

70105 Characters

PAGE COUNT

70 Pages

FILE SIZE

704.9KB

SUBMISSION DATE

Aug 4, 2022 10:16 AM GMT+8

REPORT DATE

Aug 4, 2022 10:20 AM GMT+8**● 11% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 11% Internet database

● Excluded from Similarity Report

- Publications database
- Crossref Posted Content database
- Small Matches (Less than 25 words)
- Crossref database
- Submitted Works database



PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang maha kuasa atas karunia serta Hidayah-Nya, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang merupakan salah satu tugas akhir yang diberikan dan menjadi tanggung jawab sebagai mahasiswa tingkat akhir. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Brand Image dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek VIVO di Kota Palopo”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kebutuhan dalam meraih gelar sarjana Manajemen Program Strata Satu (S1) Universitas Muhammadiyah Palopo. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan dan kendala-kendala yang dihadapi, namun semua kekurangan dan kendala tersebut diatasi oleh penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala keterlibatannya secara ilahiya.
2. Untuk Kedua Orang tua saya (Ayah Abd.Rahman PM dan Bapak Ibu Samsia Lontara), Kakak saya (Muh.Akib Manajai, Mulyani Manajai, Musrifa Rahman PM) dan semua keluarga saya yang selalu mendukung serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Dr. Salju, S.E., M.M. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo.
4. Bapak Hapid S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.
5. Bapak Imran Ukkas S.E, M.M. Selaku ketua prodi jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
6. Bapak Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M, Selaku pembimbing pertama, atas segala bimbingan, arahan serta saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Bapak Muhammad Halim, S.E., M.Si, Selaku pembimbing kedua, atas segala bimbingan, arahan serta saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Bapak Edi Maszudi, S.IP,. M.M, selaku penguji II yang telah banyak memberikan bimbingan serta kritik dan saran yang membangun kepada penulis.
9. Bapak Ibrahim Halim, S.Pd.I, M.Pd.I. selaku penguji III yang telah banyak memberikan bimbingan serta kritik dan saran yang membangun kepada penulis.
10. Seluruh dosen dan staf akademik yang selalu membantu memberikan fasilitas, ilmu, pada peneliti sehingga menunjang dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Kak Risnawati Lolo selaku motoris Handphone merek Vivo di Toko Contro Palopo yang telah membantu peneliti.

12. Terima kasih kepada Kak Anne Attas dan teman Hizbul Whatan yang telah banyak membantu peneliti.
13. Sahabat-sahabatku (Ariska, Anita, dan Jumrah) terima kasih telah menjadi sahabat terbaik bagi peneliti yang selalu memberikan motivasi, serta doa hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
14. Terima kasih kepada Grup Ghibah Internasional (Isna, Widi, Nia) karena telah menjadi sahabat dan pendengar terbaik bagi peneliti, yang selalu memberikan doa terbaik kepada peneliti, dan selalu membantu peneliti dalam segala hal.
15. Terima kasih kepada Grup Kompor Meletus (Egi Taslim, Firda Wahyu Hidayanti, Damayanti, Darmawati) yang banyak suka duka bersama peneliti pada saat melaksanakan Kuliah Kerja Nyata di Kecamatan Malangke Barat, Desa Pao, terima kasih atas dukungan yang telah diberikan
16. Terima kasih kepada Grup Band Bangtan Soeonyeondan/BTS (Kim Namjoon, Kim Soekjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Teahyung, Jeon Jungkook) asal Korea Selatan yang selalu menghibur dan menyemangati peneliti melalui lagu-lagu dan keseruan para member.
17. Terima kasih juga kepada Muhammad Aldi yang telah banyak mendengarkan keluh kesah peneliti serta memberikan motivasi dan dukungan tanpa henti kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Palopo, 20 Juni 2022

Munasira Rahman P.M
201720031

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.2 Brand Image	11
2.3 Promosi Online.....	15
2.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.5 Penelitian Terdahulu	23
2.6 Kerangka Konseptual	28
2.7 Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.4 Jenis dan Sumber Data	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.7 Instrumen Penelitian.....	34
3.8 Analisis Data	35
3.9 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	35
3.10. Metode Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.11. Koefisien Determinasi.....	37
3.12. Uji Hipotesis.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	41
4.2 Karakteristik Responden	43
4.3 Analisis statistik deskriptif	44
4.4 Hasil Penelitian	46
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	51

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA	56
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share Lima Vendor Teratas di Indonesia	2
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.7 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert	34
Tabel 4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	44
Tabel 4.3.1 Analisis statistik responden variabel Brand Image	45
Tabel 4.3.2 Analisis statistik responden variabel Promosi Online.....	45
Tabel 4.3.3 Analisis statistik responden variabel keputusan pembelian	46
Tabel 4.4.1 Uji Validitas	47
Tabel 4.4.2 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4.4.4 Uji Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.4.5 Uji t	50
Tabel 4.4.6 Uji F	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.6 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	42

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *brand image* dan promosi *online* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone* merek vivo di kota Palopo. Sampel penelitian ini adalah 150 konsumen. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu membagikan kuesioner. Hasil dari penelitian ini adalah *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dari hasil hipotesis, nilai t-hitung $>$ t-tabel ($4,601 > 0,676$) dengan taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan promosi *online* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil hipotesis, nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($1,981 > 0,676$) dengan taraf signifikansi 0,05 ($0,049 < 0,05$). *Brand image* dan promosi *online* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan statistik f-hitung sebesar $14,821 >$ f-tabel 3,06 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : Citra Merek, Promosi di Internet, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine whether brand image and online promotion have an effect on purchasing decisions for vivo brand mobile phones in the city of Palopo. The sample of this research is 60 customers. This study uses quantitative research with data collection techniques, namely distributing questionnaires. The results of this study are brand image has a significant effect on purchasing decisions from the results of the hypothesis, the value of t-count $>$ t-table ($4,601 > 0.676$) with a significance rate of 0.05 ($0.000 < 0.05$) and online promotion has a significant effect on purchasing decisions with the results of the hypothesis, the t-count value is greater than t-table ($1,981 > 0.676$) with a significance rate of 0.05 ($0.049 < 0.05$). Brand image and online promotion together have a positive effect on purchasing decisions, this is evidenced by the f-count statistic of $14,821 >$ f-table 3,06 with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Brand Image, Online Promotion, Purchase Decisio.

