



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KAMERA CANON**

SKRIPSI

IVAN HARYO PRAHASTO 1510111117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2019**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KAMERA CANON**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

IVAN HARYO PRAHASTO 1510111117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2019**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri tanpa ada nya pihak kedua untuk menciptakannya dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ivan Haryo Prahasto

NIM : 1510111117

Bilamana di kemudian hari ditemukan adanya ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 03 Juli 2019

Menyatakan,



Ivan Haryo Prahasto

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ivan Haryo Prahasto
NIM. : 1510111117
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Canon

Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 03 Juli 2019



Ivan Haryo Prahasto

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KAMERA CANON**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

IVAN HARYO PRAHASTO 1510111117

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 03 Juli 2019
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**




Yuliniar, SE, MM
Ketua Penguji



Dwi Siti Tiptaningsih, SE, MM
Penguji I



Suharyati, S.E, M/M
Penguji II (Pembimbing)



Wahyudi, SE, MM.
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 03 Juli 2019

**THE EFFECT QUALITY OF PRODUCTS, BRAND IMAGES,
AND REFERENCE GROUPS TOWARD DECISION OF
PURCHASING CANON CAMERA**

By Ivan Haryo Prahasto

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the effect of product quality, brand image, reference group on purchasing decisions. The population in this study is a community or photography lovers who use Canon cameras in the South Jakarta Region. The sample size was taken as many as 75 respondents, with a non probability sampling method, purposive sampling. Data collection was carried out through questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis with SmartPLS 3.0 software. The results of this study indicate that (1) product quality does not have a significant effect on purchasing decisions with path coefficient values of 0.017. (2) brand image does not have a significant effect on purchasing decisions with the path coefficient of 0.158. (3) the reference group has a significant influence on purchasing decisions with a path coefficient of 0.779.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Reference Group, Purchase Decision.

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA CANON

Oleh Ivan Haryo Prahasto

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, citra merek, kelompok acuan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas atau pecinta fotografi yang menggunakan kamera Canon di Wilayah Jakarta Selatan. Ukuran Sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode non probability sampling, purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (Partial Least Square) dengan *software SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,017. (2) citra merek tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,158. (3) kelompok acuan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,779.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kelompok Acuan, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2018/2019

Hari ini Rabu , tanggal 03 Juli 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : IVAN HARYO PRAHASTO

No.Pokok Mahasiswa : 1510111117

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Canon

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Tidak Lulus~~**)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yulinar, SE, MM	Ketua	1.
2	Dwi Siti Tjiptaningsih, SE, MM	Anggota I	2.
3	Suharyati, S.E., M.M	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coset yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia, rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang peneliti pilih dalam skripsi ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Canon”. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Drs. Munasiron Miftah, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku ketua program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Suharyati S.E, M.M. selaku dosen pembimbing I dan Penguji II, Bapak Drs. Hariyanto Ridwan, M.M. selaku dosen pembimbing II, serta seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama di perkuliahan.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Bapak Medy dan Ibu Ade selaku kedua orang tua tercinta yang tidak bosan-bosannya memberi do’a dan dukungan untuk anaknya ini, serta seluruh keluarga besar yang memberikan do’a dan *support* dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat terdekat yang sangat berjasa dalam penelitian ini yaitu, Chatrien, Abed, Karim, Rama, Gurit, Nurul, Teman seperbimbingan, Group imigran yang senantiasa jadi sahabat saya semenjak semester 1, Kerang Ajaib. Serta teman-teman seperjuangan Manajemen S1 angkatan 2015 yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya bagi kalian yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 03 Juli 2019

Ivan Haryo Prahasto

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRANxv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kelompok Acuan	10
2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2.2 Faktor-faktor dalam Keputusan Pembelian	11
2.1.2.3 Peran dalam Pembelian	12
2.1.2.4 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	13
2.1.2.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3 Kualitas Produk	17
2.1.3.1 Definisi Kualitas Produk	17
2.1.3.2 Diferensiasi Produk.....	18
2.1.3.3 Dimensi Kualitas Produk	18
2.1.4 Citra Merek.....	20
2.1.4.1 Definisi Citra Merek	20
2.1.4.2 Elemen Citra Merek.....	21
2.1.4.3 Dimensi Citra Merek.....	21
2.1.4.4 Komponen Citra Merek.....	22
2.1.5 Kelompok Acuan	24
2.1.5.1 Definisi Kelompok Acuan.....	24
2.1.5.2 Alasan Bergabung Dalam Kelompok Acuan Dan Faktor-Faktor Pengaruh Kelompok Acuan.....	25

2.1.5.3	Daya Tarik Dan Faktor Yang Berdampak Pada Pengaruh Kelompok Acuan	25
2.1.5.4	Kelompok Dekat dalam Pemasaran	26
2.2	Model Penelitian Empirik	27
2.3	Hipotesis	28
2.3.1	Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.2	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.3	Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian	29

BAB III METODE PENELITIAN 31

3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.1.1	Definisi Operasional	31
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	32
3.2	Populasi dan Sampel	32
3.2.1	Populasi	32
3.2.2	Sampel.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1	Jenis Data	34
3.3.2	Sumber Data	34
3.3.3	Pengumpulan Data	34
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	36
3.4.1	Teknik Analisis Data.....	36
3.4.1.1	Analisis Data Deskriptif	36
3.4.1.2	Partial Least Square (PLS)	37
3.4.1.3	Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS)	37
3.4.1.4	Langkah-Langkah <i>Partial Least Square</i> (PLS)	38
3.4.1.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.4.2	Uji Hipotesis	41
3.4.2.1	Uji t (Uji Signifikan Parameter Individual).....	41
3.4.2.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
3.5	Kerangka Model Penelitian	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 44

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	44
4.2	Deskripsi Data Penelitian	45
4.2.1	Deskripsi Data Responden	45
4.2.2	Dekriptif Data Penelitian.....	48
4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	52
4.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	53
4.3.2	Uji Validasi Konvergen.....	56
4.3.3	Uji Validitas Diskriminan	57
4.3.4	Uji Reliabilitas	58
4.3.5	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	59
4.3.5.1	<i>R Square</i>	59
4.3.5.2	Uji t-Statistik	59
4.4	Pembahasan	62
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	62

4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.4.3	Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.5	Keterbatasan Penelitian	65
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1	Simpulan.....	67
5.2	Saran.....	68
	DAFTAR PUSTAKA	70
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Urutan ranking <i>market share</i> kamera menurut BCN Report.....	3
Tabel 2. Pengukuran Variabel	32
Tabel 3. Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 4. Kisi - Kisi Instrumen Penelitian	36
Tabel 5. Peringkat Jawaban Responden	37
Tabel 6. Interpretasi Nilai Persentase Responden	38
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas	42
Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	46
Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Usia	46
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	47
Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Komunitas.....	48
Tabel 12. Interpretasi Nilai Persentase Responden	49
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas produk ...	50
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	51
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kelompok Acuan.	52
Tabel 16. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 17. Outer Loading Factor Output PLS	56
Tabel 18. Average Variance Extracted (AVE).....	57
Tabel 19. Uji Realibilitas	58
Tabel 20. Nilai R Square dan R Square Adjusted	59
Tabel 21. Hasil Uji t-Statistik	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skor Kamera Tercanggih (<i>Dxomark Score</i>).....	4
Gambar 2. Model Proses Keputusan Pembelian Lima Tahap.....	13
Gambar 3. Model Penelitian.....	28
Gambar 4. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	38
Gambar 5. Kerangka Model Penelitian.....	43
Gambar 6. Outer Model.....	53
Gambar 7. Outer Model setelah re-estimasi.....	55
Gambar 8. Inner Model.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil *Output Outer* Model PLS
- Lampiran 8. Hasil *Output Inner* Model PLS
- Lampiran 9. Hasil *Output Model* PLS
- Lampiran 10. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 11. Surat Riset Fakultas
- Lampiran 12. Surat Riset Komunitas
- Lampiran 13. Hasil Turnitin