



**PENGARUH *ONLINE REVIEW*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG**

SKRIPSI

HEVINANTO BAGUS NUGROHO WIBISONO 2110111149

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**PENGARUH *ONLINE REVIEW*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG**

SKRIPSI

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

HEVINANTO BAGUS NUGROHO WIBISONO 2110111149

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Hevinanto Bagus Nugroho Wibisono

NIM : 2110111149

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

Jakarta, 11 Desember 2025

Yang menyatakan,



Hevinanto Bagus Nugroho Wibisono

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

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

Nama : Hevinanto Bagus Nugroho Wibisono
NIM : 2110111149
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1
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 *ONLINE REVIEW*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : 14 Januari 2026

Yang menyatakan materai



(Hevinanto Bagus Nugroho Wibisono)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *ONLINE REVIEW*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE SAMSUNG*

Dipersiapkan dan disusun oleh :

HEVINANTO BAGUS NUGROHO WIBISONO 2110111149

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 18 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si.
Ketua Penguji

 **Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M., M.Sc**
Penguji I

 **Dr. Guntur Syahputra Saragih, S.E., M.S.M.**
Penguji II



 **Dr. Juhaedah, S.E., M.M.**
Dekan

 **Siti Hidayati, S.E., M.M.**
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 18 Desember 2025

THE INFLUENCE OF ONLINE REVIEW, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY TOWARDS PURCHASE DECISION OF SAMSUNG SMARTPHONES

By Hevinanto Bagus Nugroho Wibisono

Abstract

This study is a quantitative research aimed at identifying, analyzing, and demonstrating the influence of online reviews, brand image, and product quality—both simultaneously and partially—on purchase decisions. The research involved 205 respondents who had previously purchased a Samsung smartphone and conducted their activities within the DKI Jakarta area as the primary data source. Secondary data were obtained from various relevant references. The study employed multiple linear regression analysis using SPSS version 29.0.2.0. Both descriptive and inferential approaches were applied, including classical assumption tests and hypothesis testing. The findings indicate that (1) online reviews have a significant effect on purchase decisions, (2) brand image has a significant effect on purchase decisions, (3) product quality does not have a significant effect on purchase decisions, and (4) online reviews, brand image, and product quality collectively have a significant effect on purchase decisions.

Keywords: *online review, brand image, product quality, purchase decision*

PENGARUH *ONLINE REVIEW*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE SAMSUNG*

Oleh Hevinanto Bagus Nugroho Wibisono

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui, menganalisis, serta membuktikan pengaruh dari variabel online review, citra merek, dan kualitas produk baik secara bersamaan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan 205 responden yang pernah membeli smartphone Samsung dan beraktivitas di wilayah DKI Jakarta sebagai data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai referensi relevan. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan alat uji SPSS 29.0.2.0. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan deskriptif dan inferensial yang mencakup uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *online review* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (4) secara simultan *online review*, citra merek, dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Online Review*, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Kamis, tanggal 18 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas

Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Hevinanto Bagus Nugroho Wibisono

NIM : 2110111149

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

**PENGARUH ONLINE REVIEW, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG**

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus** / ~~Tidak Lulus~~ / ~~Sidang Ulang~~*, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih Mangagabarani	Ketua	
2	Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M., M.Sc.	Anggota I	
3	Dr. Guntur Saragih, S.K.M.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 18 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayat, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas limpahan kasih karunia dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Online Review, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Skripsi ini tidak akan bisa diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua tercinta dan keluarga yang selalu mendoakan dan bekerja keras bagi penulis.
2. Bapak Dr. Guntur Syahputra Saragih, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si dan ibu Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan perbaikan dan kesempatan untuk berdiskusi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si.MM.,CPM selaku dosen manajemen yang banyak memberikan arahan dan masukan selama satu semester sebelum skripsi ini dilanjutkan.
5. Ibu Siti Hidayati, SE,MM yang telah memberikan izin, informasi, dan fasilitas dalam pelaksanaan penelitian ini.
6. Kevin Sunjaya dan Natassya Ku yang sudah memberikan bantuan secara langsung dan tidak langsung dalam berbagai aspek selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Dosen-dosen CPNS 2025 UPNVJ yang menjadi teman dan memberi masukan selama penulis mengerjakan skripsi
8. Teman-teman yang telah menjadi memberikan kekuatan dan hiburan bagi penulis.
9. Semua responden dan pihak yang telah berkenan membantu semua proses pengumpulan data yang diperlukan hingga analisis penelitian ini.

10. Nama-nama lain yang tidak disebutkan yang banyak memberikan dukungan baik moral, finansial, dan penghiburan untuk penulis

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang membantu mewujudkan selesainya skripsi ini. Di sisi lain penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan tangan terbuka demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Manajemen.

Jakarta, 11 Desember 2025

Hevinanto Bagus Nugroho Wibisono

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penulisan	10
1.4 Manfaat Penulisan	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Perilaku Konsumen	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4 Online Review.....	16
2.1.5 Citra merek.....	18
2.1.6 Kualitas Produk	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Model Penelitian	31
2.3.1 <i>Online review</i> terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2 Citra merek terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.3 Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian.....	32
2.4 Hipotesis.....	33
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1 Definisi Operasional.....	34
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	35
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi	36

3.2.2	Sampel Penelitian.....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Sumber Data.....	37
3.3.3	Pengumpulan Data	38
3.4	Analisis Data	39
3.4.1	Pre-test.....	40
3.4.2	Analisis Deskriptif	40
3.4.3	Analisis Inferensial.....	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	45
4.2	Pre-test.....	46
4.2.1	Content Validity	46
4.2.2	Construct Validity	47
4.3	Deskripsi Data Penelitian	49
4.3.1	Deskripsi data responden	50
4.3.2	Analisis Data Deskriptif.....	51
4.4	Analisis Data Inferensial	55
4.4.1	Uji Asumsi Klasik	56
4.4.3	Uji Hipotesis.....	58
4.5	Pembahasan.....	61
4.5.1	Pengaruh <i>Online Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.5.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.5.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.5.4	Pengaruh <i>Online Review</i> , Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
BAB	V SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1	Simpulan	66
5.2	Keterbatasan Penelitian	67
5.3	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		69
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Jumlah Pengguna Smartphone di Dunia	3
Gambar 2 Grafik 10 Negara Pengguna Smartphone Terbanyak.....	4
Gambar 3 Grafik Penjualan Smartphone di Indonesia.....	5
Gambar 4 Grafik Penjualan Smartphone di Indonesia.....	5
Gambar 5 Peringkat Top Brand Awards Kategori Brand Smartphone.....	8
Gambar 6 Model penelitian.....	33
Gambar 7 Logo Samsung.....	45
Gambar 8 Grafik plot	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Komentor Terhadap Kualitas Smartphone Samsung	6
Tabel 2 Matriks Penelitian Sebelumnya	29
Tabel 3 Pengukuran Variabel Penelitian.....	35
Tabel 4 Bobot Skor Skala Likert.....	38
Tabel 5 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 6 hasil uji content validity	47
Tabel 7 Hasil uji validitas variabel keputusan pembelian.....	47
Tabel 8 Hasil uji validitas variabel online review.....	48
Tabel 9 Hasil uji validitas variabel citra merek	48
Tabel 10 Hasil uji validitas variabel kualitas produk.....	49
Tabel 11 Hasil uji reliabilitas	49
Tabel 12 Karakteristik responden	50
Tabel 13 Data Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 14 Data Tanggapan Responden Terhadap Variabel Online Review (X1)	53
Tabel 15 Data Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X2).....	54
Tabel 16 Data Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk(X3)	55
Tabel 17 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 18 Hasil uji multikolinearitas.....	57
Tabel 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
Tabel 20 Hasil Kefisien Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 21 Hasil Uji F	60
Tabel 22 Hasil uji t.....	60