



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A5
WARGA KECAMATAN CILANDAK
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

**WINA AULIA
1310111110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2017**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A5
WARGA KECAMATAN CILANDAK
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

**WINA AULIA
1310111110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Wina Aulia

NIM. : 1310111110

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

Jakarta, Juni 2017

Yang Menyatakan



Wina Aulia

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Wina Aulia
NIM. : 1310111110
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung *Galaxy A5* Warga Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan

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 : Juni 2017

Yang Menyatakan,



Wina Aulia

PENGEAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A5 WARGA KECAMATAN CILANDAK JAKARTA SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Wina Aulia
1310111110

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 10 Juli 2017
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Diana Triwardhani, S.E., M.M.
Ketua Penguji

Drs. Hariyanto Ridwan, M.M.
Penguji I (Pembimbing)



Dr. Praseyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.
Dekan

Dr. Faisal Marzuki, M.Pd.
Penguji II (Pembimbing)

Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 10 Juli 2017



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.upnvyj.ac.id> Email : puskom@upnvyj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Senin, tanggal 10 Juli 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : WINA AULIA

No.Pokok Mahasiswa : 1310111110

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A5 WARGA KECAMATAN CILANDAK JAKARTA
SELATAN**

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

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	1.
2	Drs. Nobelson, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Faisal Marzuki, M.Pd	Anggota II **)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung *Galaxy A5* Warga Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan

Oleh

Wina Aulia

Abstrak

Perkembangan zaman kini semakin pesat, ditandai dengan adanya perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang semakin pesat. Seperti bertambah banyaknya masyarakat yang menggunakan media komunikasi berupa *Handphone*. Samsung Mobile Phone telah ada sejak tahun 1983. Perusahaan yang berbasis di Korea Selatan ini telah berdagang dan memproduksi barang-barang elektronik selama hampir 70 tahun. Penelitian ini dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk, harga, citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Smartphone* Samsung *galaxy A5* . Kualitas produk dipengaruhi oleh kinerja, fitur, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan layanan dan estetika. Harga dipengaruhi oleh harga yang bersaing, harga sesuai kualitas, harga promosi dan kesesuaian harga dengan daya beli. Citra merek dipengaruhi oleh Assosiasi merek, keputusan membeli dan perilaku setelah pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan kualitas produk, harga, citra merek terhadap keputusan pembelian. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan dan parsial kualitas produk, harga, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

Effect of Product Quality, Price, Brand Image Against Purchasing Decision of Smartphone Products of Samsung Galaxy A5 Citizens of Cilandak District of South Jakarta

By

Wina Aulia

Abstract

The development of the current era more rapidly, marked by the development of technology, information, and communication is increasingly rapidly. Like the increasing number of people who use communication media such as Mobile. Samsung Mobile Phone has been around since 1983. The South Korea-based company has been trading and producing electronic goods for nearly 70 years. This study was conducted to test whether or not the effect of product quality, price, brand image on the decision to buy Samsung Galaxy A5 Smartphone product. Product quality is influenced by performance, features, reliability, suitability, durability, serviceability and aesthetics. Price is influenced by competitive price, price according to quality, price of promotion and price match with purchasing power. Brand image is influenced by brand association, buying decisions and behavior after purchase. This study aims to determine the effect of partial and simultaneous product quality, price, brand image of purchasing decisions. Data collection techniques used primary data by spreading questionnaires to 100 respondents. Sampling technique in this research is Non Probability Sampling with Purposive Sampling method. The analysis technique used multiple regression analysis. The results of research simultaneously and partial product quality, price, brand image have a positive and significant impact on purchasing decisions

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision

PRAKATA

Alhamdulillah Robbil ‘Alamin puji serta syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung *Galaxy* A5 Warga Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan”. Terima kasih peneliti ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1, Bapak Drs. Hariyanto Ridwan, MM dan Bapak Dr. Faisal Marzuki, M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing dan memberikan arahan serta saran yang bermanfaat dalam proses penyusunan penelitian ini. Serta kepada para dosen-dosen yang telah memberi ilmunya kepada peneliti.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada orang tua tercinta Hasan Basri dan Bunaya yang selalu memberikan kasih, cinta dan doa selama hampir 22 tahun ini, Kepada kedua adik peneliti Ica & Aisyah serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi, inspirasi, dan dukungan kepada peneliti. Terima Kasih untuk kekasih yang paling terkasih Ilham Taufiqir Rahman yang selalu membantu serta menemani peneliti. Terima kasih untuk 7’s (Siska, Dinda, Ratna, Laily, Novi dan Gendis) atas motivasi & menjadi teman terbaik dari awal perkuliahan hingga saat ini. Untuk sahabat paling drama (Sarah, Lintang, Rizka, Nabila, Ana) terima kasih selalu menjadi penghibur disaat menghadapi kesulitan dalam melakukan penelitian ini. Dan tidak lupa peneliti ucapkan terimakasih kepada Ojek Online (Go-Jek, Grab, dan Uber) yang selalu siaga mengantar peneliti. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna karena kesempurnaan hanya miliki Allah SWT. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat.

Jakarta, Juni 2017

Wina Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
II.2 Landasan Teori	11
II.2.1 Kualitas.....	9
II.2.2 Produk	9
II.2.2.1 Pengertian Produk	9
II.2.2.2 Pengembangan Produk	10
II.2.2.3 Kualitas Produk	11
II.2.2.4 Dimensi Kualitas Produk.....	11
II.2.3 Harga	12
II.2.3.1 Pengertian Harga	12
II.2.3.2 Psikologi Konsumen dan Penetapan Harga.....	13
II.2.3.3 Harga Preferensi	13
II.2.3.4 Asumsi Harga – Kualitas.....	14
II.2.3.5 Tujuan Penetapan Harga.....	14
II.2.3.6 Strategi Penetapan Harga	15
II.2.4 Citra Merek.....	15
II.2.4.1 Pengertian Merek.....	15
II.2.4.2 Tujuan Pemberian Merek	16
II.2.4.4 Mengukur Citra Merek	16
II.2.4.5 Manfaat Merek	17
II.2.5 Keputusan Pembelian	17
II.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
II.2.5.2 Proses Keputusan Pembelian.....	18
II.2.5.3 Struktur Keputusan Pembelian.....	19
II.3 Pengembangan Hipotesis	19

II.4	kerangka Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN		22
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22
III.1.1	Definisi Operasional.....	22
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	23
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	23
III.2.1	Populasi.....	23
III.2.2	Sampel.....	24
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	24
III.3.1	Jenis Data	24
III.3.2	Sumber Data.....	24
III.3.3	Pengumpulan Data	25
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	26
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	26
III.4.1.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	26
III.4.1.2	Uji Asumsi Klasik.....	27
III.4.2	Uji Hipotesis	28
III.4.2.1	Uji t dan Uji f	28
III.4.2.2	Analisis Kolerasi	30
III.4.2.3	Analisa Linear Berganda.....	30
III.4.2.4	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	31
III.5	Kerangka Model Penelitian.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	33
IV.1.1	Sejarah Perusahaan Samsung.....	33
IV.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan Samsung.....	34
IV.1.3	Deskripsi Data Responden.....	35
IV.1.4	Deskripsi Data Penelitian.....	36
IV.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	47
IV.3.1	Uji Normalitas.....	47
IV.3.2	Uji Heterokedatisitas.....	49
IV.3.3	Uji Multikorelasi.....	50
IV.3.4	Uji Linearitas	51
IV.3.5	Analisis Korelasi.....	52
IV.3.6	Hipotesis	54
IV.3.6.1	Uji t an Uji F	54
IV.6.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	56
IV.4	Pembahasan.....	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		59
V.1	Simpulan	59
V.2	Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA	61
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penjualan Handphone di tahun 2014 - 2015	3
Tabel 2 Penjualan Handphone Android di Indonesia di Tahun 2015	4
Tabel 3 Matriks Penelitian Terdahulu Terkait dengan Keputusan Pembelian.	8
Tabel 4 Pengukuran Variabel.....	23
Tabel 5 Skala Likert	25
Tabel 6 Kisi-Kisi Instrumen.....	25
Tabel 7 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	27
Tabel 8 Tabel Interpretasi Nilai r	30
Tabel 9 Karakteristik Responden Menurut Usia	35
Tabel 10 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	35
Tabel 11 Skala Likert Deskripsi Objek Penelitian	36
Tabel 12 Jumlah Bobot Butir Kuisisioner 1-12 Kualitas Produk	40
Tabel 13 Jumlah Bobot Butir Kuisisioner 13-20 Harga	40
Tabel 14 Jumlah Bobot Butir Kuisisioner 21-26 Citra Merek.....	41
Tabel 15 Jumlah Bobot Butir Kuisisioner	42
Tabel 16 Validitas Kualitas Produk	43
Tabel 17. Reliabilitas Kualitas Produk.....	43
Tabel 18. Case Processing Summary	44
Tabel 19. Validitas Harga	44
Tabel 20. Reliabilitas Harga.....	45
Tabel 21 Case Processing Summary	45
Tabel 22 Validitas Citra Merek.....	45
Tabel 23. Reliabilitas Citra Merek	46
Tabel 24. Case Processing Summary	46
Tabel 25. Validitas Keputusan Pembelian	46
Tabel 26. Reliabilitas Keputusan Pembelian	47
Tabel 27. Uji Normalitas	49
Tabel 28. Multikorelasi	51
Tabel 29. Linearitas Kualitas Produk (X1)	51
Tabel 30 Linearitas Harga (X2)	52
Tabel 31 Linearitas Citra Merek (X3).....	52
Tabel 32. Correlation	54
Tabel 33 Uji t	52
Tabel 34 Uji F	52
Tabel 35. Koefisien Determinasi (R^2).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 2 Kerangka Penelitian	23
Gambar 3 Kerangka Model Penelitian.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 3 Data 100 Responden
- Lampiran 4 Out Put SPSS
- Lampiran 5 Uji t
- Lampiran 6 Uji F
- Lampiran 7 *Koefisien Determinasi (R²)*
- Lampiran 8 r Tabel Product Moment
- Lampiran 9 *Critical Values For The F Distribution*
- Lampiran 10 *Product Moment Dengan Signifikansi 5%*
- Lampiran 11 Surat Riset