



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK ASUS
(STUDI KASUS PADA KELURAHAN CIPUTAT, TANGGERANG SELATAN)**

SKRIPSI

M. RUSLI SYAHLANI 1410111072

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



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK ASUS
(STUDI KASUS PADA KELURAHAN CIPUTAT, TANGGERANG SELATAN)**

SKRIPSI

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

M. RUSLI SYAHLANI 1410111072

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : M. Rusli Syahlani

NIM. : 1410111072

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

Jakarta, 8 Januari 2019

Yang menyatakan,



M. Rusli Syahlani

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : M. Rusli Syahlani
NIM. : 1410111072
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Program Sarjana
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:

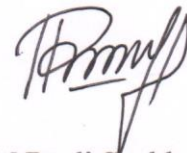
**Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian *Smartphone* Merek Asus
(Studi di Kelurahan Ciputat, Tangerang Selatan)**

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 : 8 Januari 2019

Yang Menyatakan,



M. Rusli Syahlani

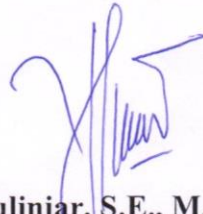
SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAAN *SMARTPHONE* MEREK ASUS

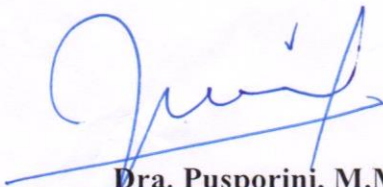
Dipersiapkan dan disusun oleh:

M. RUSLI SYAHLANI 1410111072

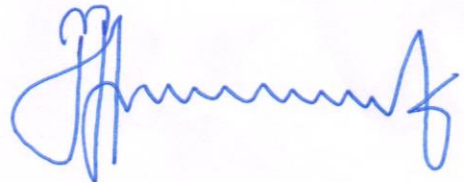
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 08 Januari 2019
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yuliniar, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Dra. Pusporini, M.M.
Penguji I



Drs. Pandopotan Simarmata, M.M.
Penguji II (Pembimbing I)



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Ketua Jurusan Manajemen



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

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 08 Januari 2019

**THE EFFECT OF QUALITY PRODUCT, THE PRICE, AND
BRAND IMAGE TOWARD ASUS SMARTPHONE
BUYING DECISION
(A Case Study In District Ciputat, Tangerang Selatan)**

By M. Rusli Syahlani

Abstract

This study is a quantitative study aims to know the effect of the quality product, the price, and brand image toward buying decision. The population of this study is the society of district Ciputat, Tangerang Selatan. The sample was conducted for 75 respondents. The methodology of this study is non-probability sampling, especially purposive sampling. The data was collected by distributing the questionnaire. This study analyzed using PLS (Partial Least Square) analysis technique. The result of this study showed that (1) the product quality significantly affect the buying decision with the coefficient percentage as big as 0,317. (2) the price significantly affect the buying decision with the coefficient percentage as big as 0,273. (3) the brand image significantly affect the buying decision with the coefficient as big as 0,436.

Keywords: Product Quality, The Price, Brand Image, And Buying Decision.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK ASUS
(STUDI KASUS PADA KELURAHAN CIPUTAT, TANGERANG
SELATAN)**

Oleh M. Rusli Syahlani

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Ciputat, Tangerang Selatan. Ukuran Sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,317. (2) harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,273. (3) citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,436.

Kata kunci: kualitas produk, harga, citra merek dan keputusan pembelian.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

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 GASAL TA. 2018/2019

Hari ini Selasa, tanggal 08 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : MUHAMMAD RUSLI SYAHLANI

No.Pokok Mahasiswa : 1410111072

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek ASUS
(Studi Kasus Pada Daerah Ciputat, Tangerang Selatan)

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

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	1.
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	2.
3	Drs. Pandapotan Simarmata, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan Desember 2018 dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Asus (Studi di Kelurahan Ciputat, Tangerang Selatan)”**. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP selaku Dekan FEB, Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Bapak Drs. Pandapotan Simarmatha, M.M selaku dosen pembimbing I, dan terima kasih pula kepada Bapak Jenji Gunaedi Argo, SE, M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam pelaksanaan bimbingan dan pengarahan dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Mansyur Yoman dan Ibu Latifah selaku kedua orang tua tercinta, Syahrul Hamdi, Yusnita dan Indah Kartika Sari, selaku kaka tercinta, dan seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Erfan Andre, Bagus Siswanto, Riyan Wahyu, Yunus, Herlinda Hadi Widianingrum yang telah mendukung, menemani, membantu dan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Serta terimakasih kepada Keluarga Besar UKM sepak bola (*University Veteran Of Football Club*), Keluarga Besar Kedok, dan teman-teman seperjuangan Manajemen S1 2014 yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis.

Jakarta, 08 Januari 2019

M. Rusli Syahlani

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 LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.1.1 Konsep dalam Pemasaran	7
2.1.2 Keputusan Pembelian	8
2.1.2.1 Tipe Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	10
2.1.2.2 Faktor-Faktor Utama Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
2.1.2.3 Rangkaian Keputusan Pembelian	13
2.1.3 Kualitas Produk	13
2.1.3.1 Definisi Produk	13
2.1.3.2 Klasifikasi Produk	14
2.1.3.3 Definisi Kualitas Produk	15
2.1.3.4 Dimensi Kualitas Produk	16
2.1.4 Harga	17
2.1.4.1 Tujuan Penetapan Harga	17
2.1.4.2 Strategi Penetapan Harga Pada Produk Baru	19
2.1.4.3 Strategi Penentuan Harga Psikologis Konsumen	19
2.1.4.4 Indikator Harga	20
2.1.5 Citra Merek	20
2.1.5.1 Komponen Citra Merek	21
2.1.5.2 Manfaat Citra Merek	22
2.1.5.3 Enam Level Pengertian Citra Merek	24
2.6 Kerangka pemikiran	25

2.7	Pengembangan Hipotesis Penelitian	26
2.1.7.1	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	26
2.1.7.2	Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	26
2.1.7.3	Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	26
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.1.1	Definisi Operasional.....	27
3.1.2	Pengukuran Variabel	28
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1	Populasi	28
3.2.2	Sampel.....	29
3.3	Metode Pengumpulan Data	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data.....	30
3.3.3	Pengumpulan Data	30
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	32
3.4.1	Teknik Analisis Data.....	32
3.4.1.1	Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	32
3.4.1.2	Langkah-Langkah PLS.....	33
3.4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.4.3	Uji Hipotesis.....	34
3.4.3.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T)	34
3.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	34
3.5	Kerangka Model Penelitian PLS	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.1.1	Sejarah Asus	37
4.1.2	Visi dan Misi	38
4.1.3	Produk Asus	39
4.2	Deskripsi Data	39
4.2.1	Deskripsi Data Responden	39
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis.....	41
4.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	41
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	44
4.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	45
4.3.1.3	Uji Reliabilitas Partial Least Square	46
4.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	47
4.3.2.1	R-Square.....	47
4.3.2.2	Q-Square	47
4.3.2.3	Uji Hipotesis.....	49
4.4	Pembahasan.....	50
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.4.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	51

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1	Simpulan.....	53
5.2	Keterbatasan Penelitian	53
5.3	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA		55
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Data Penjualan <i>Smartphone</i>	3
Tabel 2.	Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.	Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 4.	Kisi-kisi Instrumen.....	31
Tabel 5.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	34
Tabel 6.	Produk Asus	39
Tabel 7.	Data Responden.....	39
Tabel 8.	Frekuensi Usia.....	40
Tabel 9.	Pekerjaan/Status*	40
Tabel 10.	Pendapatan/Hibah Orangtua*	41
Tabel 11.	<i>Outer Loading Factor</i> Hasil <i>Output PLS</i>	44
Tabel 12.	<i>Fornell-Lacker Criterium</i>	45
Tabel 13.	<i>Average Variance Exracted (AVE) Output</i> Hasil <i>PLS</i>	46
Tabel 14.	<i>Composite Reliability</i> Hasil <i>Output PLS</i>	46
Tabel 15.	Nilai <i>R Square</i> Hasil <i>Output PLS</i>	47
Tabel 16.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Keputusan Pembelian	9
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3. Langkah-langkah Analisis PLS	33
Gambar 4. Kerangka Model Penelitian.....	36
Gambar 5. Nilai Loading Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS.....	42
Gambar 6. Gambar Outer Model Setelah Re-estimasi.....	43
Gambar 7. Inner Model.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Penelitian Terdahulu
Lampiran 2.	Martiks Penelitian Terdahulu
Lampiran 3.	Kuesioner Penelitian
Lampiran 4.	Data Kuesioner 75 Responden
Lampiran 5.	Hasil Deskripsi Data Responden
Lampiran 6.	Hasil Output Outer Model PLS
Lampiran 7.	Hasil Output Inner Model PLS
Lampiran 8.	Hasil Output Model PLS
Lampiran 9.	R Tabel dan T Tabel
Lampiran 10.	Surat Riset