

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN INOVASI PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*  
SAMSUNG**

**(Studi Kasus Pengguna Samsung Di Jakarta Timur)**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT  
INNOVATION ON SAMSUNG SMARTPHONE PURCHASE  
DECISIONS***

***(Case Study of Samsung Users in East Jakarta)***

Oleh :

**Nanditiya Lintang Sari**

**2018410116**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada  
Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN INOVASI PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*  
SAMSUNG**

**(Studi Kasus Pengguna Samsung Di Jakarta Timur)**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT  
INNOVATION ON SAMSUNG SMARTPHONE PURCHASE  
DECISIONS***

***(Case Study of Samsung Users in East Jakarta)***

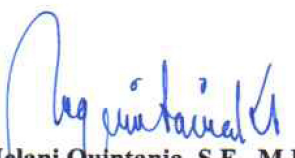
Oleh :  
**Nanditiya Lintang Sari**  
**2018410116**


**SKRIPSI**

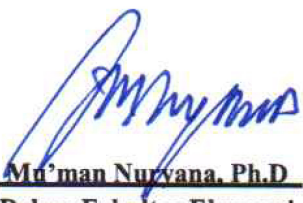
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam  
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada  
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini  
Jakarta, 3 November 2022 dengan nilai A


  
Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M  
Pembimbing

  
Dr. Firsan Nova  
Penguji I

  
Melani Quintania, S.E., M.Pd  
Penguji II

  
Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M  
Penguji III

  
Md'nan Nurvana, Ph.D  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si  
Ketua Program Studi

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nanditiya Lintang Sari

NIM : 2018410116

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh *Brand Image* dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E.,M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 3 November 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Nanditiya Lintang Sari

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, Inovasi Produk, Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Jakarta Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan *Smartphone* Samsung di Jakarta Timur minimal dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji (F), secara parsial menggunakan uji (T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $167,594 > 3,09$ ). Sedangkan *brand image* secara parsial/sebagian mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar ( $5,494 > 1,985$ ). Dan inovasi produk secara parsial/sebagian mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar ( $5,072 > 1,985$ ).

**Kata Kunci : *Brand Image*, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the effect of Brand Image, Product Innovation, on Samsung Smartphone Purchase Decisions in East Jakarta. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who used Samsung Smartphones in East Jakarta at least within the last 3 months. Sampling was carried out using the unexpected proportion formula. The analytical tools used are descriptive statistics and multiple linear regression, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test) are carried out as requirements that must be met in multiple linear regression analysis. Simultaneous hypothesis testing using the (F) test, partially using the (T) test.*

*The results of this study indicate that the variable brand image and product innovation have a simultaneous effect on purchasing decisions, this is evidenced by the F test with a value of  $F_{count} > F_{table}$  ( $167.594 > 3.09$ ). While brand image partially has an influence on purchasing decisions, this is proven by the T test with a value of  $T_{count} > T_{table}$  of ( $5,494 > 1,985$ ). And product innovation partially has an influence on purchasing decisions, this is evidenced by the T test with a value of  $T_{count} > T_{table}$  of ( $5.072 > 1.985$ ).*

**Keywords : Brand Image, Product Innovation, Purchase Decision**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH BRAND IMAGE DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Pengguna Samsung Di Jakarta Timur)”** proposal skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana (Strata 1) Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, saya menyadari bahwa proposal skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan saya dalam menyerap ilmu yang diterima sehingga penyusunan proposal skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, dorongan, do'a, petunjuk, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Manajemen Pemasaran yang telah membantu dan membimbing saya dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua khususnya Mamah, Papah, dan Kakak saya yang selalu senantiasa mendoakan dan menguatkan saya serta membantu dukungan baik moril maupun materil sehingga proposal skripsi ini dapat selesai dengan baik.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.



4. Bapak Mu'man Nuryana, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi beserta seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dan mendukung kelancaran penyusunan proposal skripsi ini.
6. Untuk teman-teman saya Tyas, Putri, Citra yang telah memberikan dukungan kepada saya selama dalam penyusunan skripsi.
7. Teman – teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, mohon maaf apabila ada kesalahan dalam pengetikan struktur bahasa. Apabila ada kritikan dan saran yang sifatnya membangun sangat dipersilahkan demi kebaikan dan kesempurnaan proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membaca dan membutuhkannya.

Jakarta, November 2022

Nanditiya Lintang Sari

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Pemasaran .....	16
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	18
2.2 <i>Brand Image</i> .....	22
2.3 Inovasi Produk .....	28
2.4 Keputusan Pembelian .....	35
2.5 Penelitian Terdahulu .....	47
2.6 Kerangka Pemikiran .....	57
2.7 Hipotesis Penelitian .....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>59</b>
3.1 Metode yang Digunakan .....	59
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	59
3.3 Operasional Variabel .....	61



3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data .....	69
3.4.1 Sumber dan Jenis Data .....	69
3.4.2 Cara Penentuan Data .....	70
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	72
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	74
3.6.1 Uji Keabsahan Data .....	74
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	76
3.6.3 Alat dan Analisis Data .....	79
3.6.4 Uji Hipotesis .....	84
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>86</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	86
4.1.1 Sejarah Samsung .....	86
4.1.2 Visi dan Misi Samsung.....	88
4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden .....	92
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	93
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	93
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	94
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	94
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan .....	95
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Anda Menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung.....	96
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Pengeluaran Rata-Rata Untuk Membeli <i>Smartphone</i> Samsung.....	97
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Anda Mengganti <i>Smartphone</i> Samsung .....	98
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Anda Menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung.....	99

4.3.0 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>Type Series</i>	
Apa Yang Anda Pilih.....	100
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....	100
4.3.1 <i>Brand Image</i> pada <i>Smartphone</i> Samsung.....	100
4.3.2 Inovasi Produk pada <i>Smartphone</i> Samsung .....	107
4.3.3 Keputusan Pembelian pada <i>Smartphone</i> Samsung.....	117
4.4 Uji Keabsahan Data .....	129
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	133
4.6 Analisis Data .....	136
4.7 Uji Hipotesis .....	137
4.8 Pembahasan dan Pemecahan Masalah.....	141
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>144</b>
5.1 Kesimpulan.....	144
5.2 Saran .....	145
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>146</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>151</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Smartphone</i> (2019-2021) .....	6
Tabel 1.2 Top Brand Index <i>Smartphone</i> (2018-2021) .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	47
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	61
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....	74
Tabel 3.3 Rentang Skala .....	81
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	83
Tabel 3.5 Tingkat Koefisien Determinasi .....	84
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	93
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	93
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	94
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	94
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	95
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Anda Menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung .....	96
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Berapa Pengeluaran Rata-Rata Untuk Membeli <i>Smartphone</i> Samsung.....	97
Tabel 4.8 Profil Responden Berapa Kali Anda Mengganti <i>Smartphone</i> Samsung .....	98
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung .....	99
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan <i>type series</i> .....	100
Tabel 4.11 Produk Samsung selalu memproduksi <i>type smartphone</i> yang	

berbeda pada setiap tahunnya.....	100
Tabel 4.12 <i>Smartphone</i> Samsung memiliki kualitas produk yang bagus .....	101
Tabel 4.13 Saya merasa puas karena <i>smartphone</i> Samsung merilis One UI untuk mengatur agar interface <i>smartphone</i> terlihat lebih menarik.....	102
Tabel 4.14 Saya membeli <i>smartphone</i> Samsung karena memiliki warna yang berbeda-beda setiap produknya.....	103
Tabel 4.15 Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Samsung karena memiliki logo merek tulisan “Samsung” dibelakangnya.....	103
Tabel 4.16 Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Samsung karena memiliki desain yang kekinian .....	104
Tabel 4.17 Saya selalu puas dengan <i>smartphone</i> Samsung karena mempunyai keunggulan baterai yang dapat tahan lama.....	105
Tabel 4.18 <i>Smartphone</i> Samsung memiliki kapasitas memori yang cukup besar .....	105
Tabel4.19 Saya merasa puas karena <i>smartphone</i> Samsung memiliki adanya teknologi <i>infinity display</i> pada <i>smartphonenya</i> .....	106
Tabel 4.20 Saya lebih memilih produk Samsung karena produk Samsung lebih menarik dari yang lain.....	107
Tabel 4.21 Saya puas dengan <i>smartphone</i> Samsung karena memiliki desain yang terbaru setiap seriesnya .....	107
Tabel 4.22 Saya menggunakan <i>smartphone</i> Samsung karena warna <i>smartphone</i> Samsung yang dikeluarkan menarik .....	108
Tabel 4.23 Saya menggunakan produk Samsung karena spesifikasi <i>smartphone</i> Samsung cukup lengkap.....	109
Tabel 4.24 Saya selalu mengikuti inovasi produk yang dikeluarkan pada <i>smartphone</i> Samsung .....	109

Tabel 4.25	Saya menggunakan <i>smartphone</i> Samsung karena memiliki layar yang bagus (Super AMOLED).....	110
Tabel 4.26	Adanya fitur yang susah dipakai seperti pendaftaran sidik jari karena terlalu lama pada saat proses pemindaian .....	111
Tabel 4.27	Adanya system produk <i>smartphone</i> Samsung karena sangat mudah digunakan .....	111
Tabel 4.28	Susahnya membuka akun Samsung jika sudah salah password....	112
Tabel 4.29	<i>Smartphone</i> Samsung selalu memberikan kamera belakang lebih dari satu kamera.....	113
Tabel 4.30	Saya menggunakan samsung karena menjawab keraguan saya karena terdapat <i>finger print</i> di layar <i>smartphone</i> Samsung .....	113
Tabel 4.31	Samsung selalu memberikan uji tes pada setiap <i>smartphone</i> saat akan melakukan unboxing .....	114
Tabel 4.32	Tampilan Samsung yang ditampilkan terkesan lebih mewah sehingga membuat orang berpindah ke Samsung .....	115
Tabel 4.33	<i>Smartphone</i> Samsung akan membuat orang lain terkesan ingin memilikinya.....	116
Tabel 4.34	Samsung selalu memberikan yang terbaik berdasarkan pengalaman orang pengguna <i>smartphone</i> Samsung.....	116
Tabel 4.35	Saya memutuskan membeli <i>smartphone</i> Samsung berdasarkan pengalaman orang lain .....	117
Tabel 4.36	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki banyak pilihan <i>type</i> produk .....	118
Tabel 4.37	Saya memutuskan membeli <i>smartphone</i> Samsung karena kualitas dan inovasi yang bagus .....	118
Tabel 4.38	<i>Smartphone</i> Samsung selalu memproduksi produk terkenal di Pasaran .....	119
Tabel 4.39	Kualitas produk Samsung sangat terpercaya.....	120
Tabel 4.40	<i>Smartphone</i> Samsung selalu menciptakan inovasi terbaru .....	120
Tabel 4.41	Saya puas dengan <i>smartphone</i> Samsung karena tersedia di store manapun .....	121

Tabel 4.42 Saya puas <i>smartphone</i> Samsung karena mudah didapatkan .....	122
Tabel 4.43 Saya senang membeli <i>smartphone</i> Samsung di outlet resmi	
Samsung .....	122
Tabel 4.44 Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli <i>smartphone</i> Samsung .....	123
Tabel 4.45 Saya memutuskan pembelian <i>smartphone</i> Samsung setelah adanya promosi.....	124
Tabel 4.46 Saya memerlukan waktu yang relatif lama dalam membeli <i>smartphone</i> Samsung .....	124
Tabel 4.47 Saya melakukan pembelian <i>smartphone</i> Samsung lebih dari satu kali.....	125
Tabel 4.48 Saya membeli <i>smartphone</i> Samsung karena sesuai dengan keinginan saya.....	126
Tabel 4.49 Saya melakukan pembelian kembali <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan kebutuhan saya.....	126
Tabel 4.50 Saya memutuskan membeli <i>smartphone</i> Samsung metode pembayaran debit.....	127
Tabel 4.51 Saya memutuskan pembelian <i>smartphone</i> Samsung metode pembayaran cash (tunai).....	128
Tabel 4.52 Saya memutuskan membeli <i>smartphone</i> Samsung secara kredit (cicil) .....	128
Tabel 4.53 Hasil Uji Normalitas .....	133
Tabel 4.55 Hasil Uji Multikolinieritas .....	134
Tabel 4.56 Hasil Uji Autokorelasi .....	135
Tabel 4.57 Hasil Korelasi .....	137
Tabel 4.58 Hasil Parameter Uji F.....	138
Tabel 4.59 Hasil Parameter Uji T.....	139

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia (2020) .....	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Merek <i>Smartphone</i> di Indonesia (2020) .....	4
Gambar 1.5 Varian <i>Smartphone</i> Samsung .....	10
Gambar 2.1 Model Proses Pengambilan Keputusan .....	41
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	57
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian .....	58
Gambar 4.1 Logo Samsung.....	86
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas .....	133
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	134



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	152
Lampiran 2 Tabulasi Data Profil Responden.....	161
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel <i>Brand Image</i> .....	169
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Inovasi Produk.....	170
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	171
Lampiran 6 Ttabel.....	172
Lampiran 7 Ftabel.....	175
Lampiran 8 Rtabel.....	178
Lampiran 9 Tabel Durbin Watson.....	182
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas SPSS <i>Brand Image</i> .....	183
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas SPSS Inovasi Produk.....	184
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas SPSS Keputusan Pembelian.....	187
Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	191
Lampiran 14 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	192
Lampiran 15 Hasil Uji Analisis Data.....	194
Lampiran 16 Hasil Uji Hipotesis.....	195
Lampiran 16 Hasil Uji T.....	195
Lampiran 16 Hasil Uji F.....	195
Lampiran 17 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	196
Lampiran 18 Catatan Kegiatan Konsultasi.....	197
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup.....	198