

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

(Studi Kasus pada Konsumen Smartphone Samsung di Wilayah Jakarta Timur)

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY
ON THE DECISION TO PURCHASE
A SAMSUNG SMARTPHONE***

(Case Study of Samsung Smartphone Consumers in the East Jakarta Area)

Oleh:

Pangeran Taqy Quirinno

2020410080

SKRIPSI

**Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada
Universitas Darma Persada**



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

2024

LEMBAR PENGESAHAN

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

(Studi Kasus pada Konsumen Smartphone Samsung di Wilayah Jakarta Timur)

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY
ON THE DECISION TO PURCHASE
A SAMSUNG SMARTPHONE***

(Case Study on Samsung Smartphone Consumers in The East Jakarta Area)

Oleh :

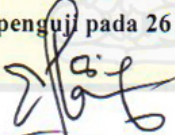
Pangeran Taqy Quirinno

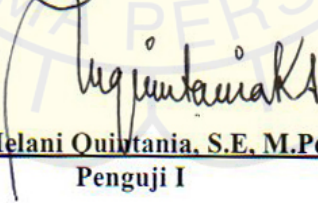
2020410080

SKRIPSI

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

Telah disetujui oleh tim penguji pada 26 Juli 2024 dengan hasil B-



Ellena Nurfazria Handavani, S.E, M.M
Dosen Pembimbing



Dr. Melani Quintania, S.E, M.Pd
Penguji I


Resa Nurlaela Anwar, S.E, M.M
Penguji II



Dr. Sukardi, S.E, M.M
Dekan Fakultas Ekonomi


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


Dedi Damhudi, S.E, M.M
Ketua Program Studi Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pangeran Taqy Quirinno

NIM : 2020410080

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Samsung Di Wilayah Jakarta Timur) 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, Juni 2024



Pangeran Taqy Quirinno

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Wilayah Jakarta Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang membeli dan menggunakan smartphone Samsung di wilayah Jakarta Timur minimal 3-6 bulan terakhir serta berusia 18-34 tahun. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas) 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 citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai **Fhitung > Ftabel** ($119,930 > 3,09$). Sedangkan citra merek secara parsial/sebagai mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai **Thitung > Ttabel** sebesar ($11,754 > 1,985$). Dan kualitas produk secara parsial/sebagai mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai **Thitung > Ttabel** sebesar ($13,435 > 1,985$).

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of brand image and product quality on purchasing decisions for Samsung smartphones in the East Jakarta area. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who had purchased and used a Samsung smartphone in the East Jakarta area for at least the last 3-6 months and were aged 18-34 years. Sampling was carried out using the unexpected proportion formula. The analytical tools used are 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. Hypothesis testing simultaneously uses the (F) test, partially using the (T) test.

*The results of this research show that the variables of brand image and product quality have a simultaneous influence on purchasing decisions, this is proven by the F test with a value of **Fcount** **Ftable** (119,930 > 3.09). Meanwhile, brand image partially/as having an influence on purchasing decisions, this is proven by the T test with a value of **tcount** > **ttable** of (11,754 > 1.985). And product quality partially/as having an influence on purchasing decisions, this is proven by the T test with a **Ttable** T value of (13,435 > 1.985)*

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb,

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan yang berjudul "**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG**" sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta Timur.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena, itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan proposal skripsi ini yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini
2. Bapak Dedi Damhudi, SE., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dr. Sukardi, S.E M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.

5. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Orang yang saya sayangi khususnya Ayah, Ibu dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan penuh baik moral maupun materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. Seluruh pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikian skripsi ini dibuat, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 19 Juni 2024

Penulis



Pangeran Taqy Quirinno

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah.....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	10
1.2.3 Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen.....	13
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	15
1. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	17
2. Konsep Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	20
2.1.5 Citra Merek.....	22
1. Pengertian Citra Merek.....	22
2. Indikator Citra Merek.....	25
3. Dimensi Citra Merek.....	26
4. Manfaat Citra Merek.....	27
5. Faktor-Faktor Citra Merek.....	28
6. Komponen-Komponen Citra Merek.....	29
2.1.6 Produk.....	30

1. Pengertian Produk.....	30
2. Tingkatan Produk.....	31
2.1.7 Kualitas Produk.....	32
1. Pengertian Kualitas Produk.....	32
2. Konsep Kualitas Produk	34
3. Dimensi Kualitas Produk	34
4. Indikator Kualitas Produk.....	35
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	36
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	36
2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	38
3. Indikator Keputusan Pembelian	39
4. Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian	40
5. Proses Keputusan Pembelian	41
6. Dimensi Keputusan Pembelian	43
2.2. Penelitian Terdahulu	44
2.3. Kerangka Pemikiran.....	57
2.4. Hipotesis Penelitian.....	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	61
3.1 Metode yang Digunakan	61
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	61
3.3 Operasional Variabel	62
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	69
3.4.1 Sumber Data yang Digunakan	69
1. Data Primer.....	69
2. Data Sekunder	69
3.4.2 Cara Penentuan Data.....	70
1. Populasi	70
2. Sampel	70
3. Teknik Sampling.....	71
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	72
1. Kuesioner (Angket).....	72
2. Skala Likert.....	73
3. Penelitian Kepustakaan	74
3.6 Rancangan Anallisis dan Uji Hipotesis.....	74
3.6.1 Uji Keabsahan Data	74
1. Uji Validitas.....	74
2. Uji Reliabilitas	75
3. Uji Asumsi Klasik	75
3.6.2 Alat dan Analisis Data	77

1. Analisis Statistik Deskriptif	77
2. Alat Analisis Linear Berganda.....	78
3. Alat Analisi Linear Sederhana.....	79
4. Analisis Koefisien Korelasi (R)	79
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	80
3.6.3 Uji Hipotesis	81
1. Uji F (Uji Simultan).....	81
2. Uji T (Uji Parsial)	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
4.1 Gambaran Umum	83
4.1.1. Sejarah Singkat Samsung.....	83
4.1.2. Visi Misi Samsung	86
4.1.3. Tujuan Berdirinya Samsung.....	87
4.2 Karakteristik Responden	87
4.3 Hasil Penelitian Karakteristik Responden	87
4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	92
4.5 Uji Keabsahan Data	129
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	133
4.7 Hasil Analisis Data	137
4.8 Uji Hipotesis.....	145
4.9 Pembahasan dan Pemecahan Masalah.....	149
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	153
5.1 Kesimpulan.....	153
5.2 Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA.....	156
LAMPIRAN.....	158

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Penjualan <i>Smartphone</i>	2
Tabel 1.2 Perbandingan Citra Merek <i>Smartphone</i>	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 Operasional Variabel	63
Tabel 3.2 Skala Likert	73
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	78
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi	81
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	89
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	90
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Apa Alasan Anda Menggunakan <i>Smartphone Samsung</i>	91
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Dimana Anda Dapat Membeli <i>Smartphone Samsung</i>	92
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1.....	93
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2	94
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3	95
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4.....	96
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5.....	97
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6.....	98
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7.....	99
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8.....	100
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9.....	101

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10	102
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1	103
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2	104
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3	105
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4	106
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5	107
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6	108
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7	109
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8	110
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9	111
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10	112
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11	113
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 12	114
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 13	115
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 14	116
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1	117
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2	118
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3	119
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4	120
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5	121
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6	122
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7	123
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8	124
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9	125
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10	126
Tabel 4.41 Hasil Deskriptif Keseluruhan Indikator	127
Tabel 4.42 Rata-rata Hasil Nilai Deskriptif	129

Tabel 4.43 Hasil Uji Validitas Citra Merek	130
Tabel 4.44 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	131
Tabel 4.45 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	132
Tabel 4.46 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.....	133
Tabel 4.47 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	135
Tabel 4.48 Hasil Uji Multikolinearitas	136
Tabel 4.49 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	138
Tabel 4.50 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	139
Tabel 4.51 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	140
Tabel 4.52 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	142
Tabel 4.53 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	143
Tabel 4.54 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana Citra Merek (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	144
Tabel 4.55 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Sederhana Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	144
Tabel 4.56 Hasil Uji F	145
Tabel 4.57 Hasil Parameter Uji T Citra Merek (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	146
Tabel 4.58 Hasil Parameter Uji T Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Samsung raih penghargaan di IF Design Award 2024.....	5
Gambar 2.1 Model Proses Pengambilan Keputusan	41
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	58
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian	60
Gambar 4.1 Logo Samsung	85
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	134
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	137
Gambar 4.4 Model Paradigma Untuk Hipotesis 1.....	148
Gambar 4.5 Model Paradigma Untuk Hipotesis 2.....	149
Gambar 4.6 Model Paradigma Untuk Hipotesis 3.....	151

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	159
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden.....	165
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Citra Merek	174
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk.....	179
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	184
Lampiran 6 Nilai T Tabel	189
Lampiran 7 Nilai F Tabel	190
Lampiran 8 Nilai R Tabel.....	191
Lampiran 9 Hasil Output SPSS	192
Lampiran 10 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	207
Lampiran 11 Catatan Konsultasi	208
Lampiran 12 Biodata Penulis	210