

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HP MEREK SAMSUNG DI KOTA SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen
Universitas Stikubank
Semarang



Oleh :

NAMA : Ananda Rosela
NIM : 16.05.51.0174
Progdi : S1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)
SEMARANG
2020

HALAMAN PERSETUJUAN



Manuskrip Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui
untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HP MEREK SAMSUNG DI KOTA
SEMARANG

Oleh :

Ananda Rosela

NIM: 16.05.51.0174

Program Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 19 Februari 2020

Dosen Pembimbing

Dr. Dra Lie Liana, M.MSI

NIDN : 0603036501

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HP MEREK SAMSUNG DI KOTA
SEMARANG
OLEH:
Ananda Rosela
NIM: 16.05.51.0174
Program Studi Strata 1 (S1) Manajemen

Hasil Penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Pengaji
Pendadaran Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu
syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.M) pada Fakultas Ekonomika
dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal : 19 Februari 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing

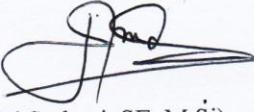
(Merangkap Pengaji I)

Dr. Dra Lie Liana, M.MSI
NIDN : 0603036501

Pengaji II

(Bambang Sutedjo, DRS., M.M)
NIDN : 0628036101

Pengaji III


(Sri Sudarsi, SE, M.Si)
NIDN: 0616096301



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Ananda Rosela

NIM : 16.05.51.0174

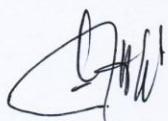
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HP MEREK SAMSUNG DI KOTA SEMARANG tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian-skripsi ini.

Semarang, 27 Januari 2020

Yang menyatakan,



(Ananda Rosela)

HALAMAN PERSEMPAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada Bapak dan Ibu tercinta yang senantiasa memberikan dorongan, doa dan kasih sayangnya. Serta kupersembahkan kepada calon pendamping hidupku Rudi, yang selalu memberi semangat dan doa setiap kali rasa ingin mundur selalu muncul. Kupersembahkan juga pada sahabat-sahabat dan teman tercintaku yang selalu ku repotkan Ifo, Fitria, Fia, Sulfa, Nadila, Rima, Yulanda, dan Dea. Yang selama pembuatan skripsi ini memberi dorongan motivasi serta bantuan-bantuan yang lain. Serta tak lupa teman-teman dan pihak-pihak di luar sana yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih kepada Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Terimakasih terutama untuk dosen pembimbingku yang senantiasa sabar dalam membimbing dan memberikan masukan. Tanpa mereka, aku tidak sanggup menyelesaikan studi ini. Terimakasih untuk semangat serta doanya.

(Ananda Rosela)

MOTTO

“Perbaiki shalat mu maka Allah akan perbaiki segala urusanmu”

“Satu-satunya hal yang harus kita takuti adalah ketakutan itu sendiri.-Franklin D.Roosevelt”

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu melihat adanya pengaruh antara citra merek, harga, dan iklan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk HP Samsung di Kota Semarang. Data dari penelitian ini diambil dari kuesioner dengan responden berjumlah 100 orang. Uji olah data yang digunakan adalah uji instrumen, validitas, reliabilitas, uji F anova, uji R2, uji t, dan selanjutnya diolah menggunakan SPSS 16.

Dalam uji hipotesis, citra merek dan iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan konsumen untuk membeli produk HP Samsung. Sedangkan harga tidak memiliki pengaruh pada keputusan konsumen untuk membeli produk HP Samsung.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Iklan, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose in study is to see the influence of brand image, price, and advertising on consumer decisions to buy Samsung HP products in the city of Semarang. Data from this study were taken from questionnaires with 100 respondents. Data processing tests used were instrument testing, validity, reliability, ANOVA test, R2 test, t test, and then were processed using SPSS 16.

In hypothesis testing, brand image and advertising have a positive and significant influence on consumers' decision to buy Samsung HP products. While the price has no influence on consumers' decision to buy Samsung HP products.

Keywords: *Brand Image, Price, Advertising, and Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

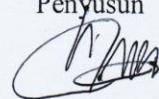
Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk HP Merek Samsung di Kota Semarang”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang telah memberikan kesempatan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Dra Lie Liana, M.MSI selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
3. Ibu Sri Sudarsi, SE, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
4. Bapak Bambang Sutedjo, DRS., M.M selaku dosen penguji II (dua) yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi saya.
5. Ibu Sri Sudarsi, SE, M.Si selaku dosen penguji III (tiga) yang juga banyak membantu memberikan masukan di dalam perbaikan skripsi.
6. Teman dan sahabat yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini Wahyu, Ifo, Sulfa, Fitria, Yulanda, Fia, Rima dan banyak pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semarang, 27 Januari 2020

Penyusun



Ananda Rosela

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT.....</i>	<i>viii</i>
KATA PENGANTAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	7
2.1 LANDASAN TEORI.....	7
2.1.1 Citra Merek.....	7
2.1.2 Harga.....	7
2.1.3 Iklan.....	8
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	9
2.2 Penelitian Empiris / Terdahulu.....	11
2.3 Hipotesis.....	14
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	14
2.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	14
2.3.3 Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	15
2.4 Model Penelitian.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Objek Penelitian.....	17
3.2 Sampel.....	17
3.2.1 Sampel.....	17
3.2.2 Teknik Pengambilan Data	18

3.3 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	18
3.4 Uji Instrumen	20
3.4.1 Uji Validitas.....	20
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	20
3.5.1 Uji F.....	20
3.5.2 Koefisiensi Determinasi (R ²).....	21
3.5.3 Uji Hipotesis.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Deskripsi Responden	22
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	23
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	23
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	24
4.2 Deskripsi Variabel	24
4.3 Uji Validitas.....	25
4.4 Uji Reliabilitas.....	26
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	27
4.5.1 Uji F Anova.....	27
4.5.2 Uji R ²	27
4.6 Uji Hipotesis.....	28
4.7 Pembahasan.....	29
4.7.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	29
4.7.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	30
4.7.3 Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	30
BAB V PENUTUP.....	32
5.1 Kesimpulan	32
5.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA.....	33
LAMPIRAN.....	35
Lampiran 1.....	36
Lampiran 2.....	40

Lampiran 3.....	42
Lampiran 4.....	43
Lampiran 5.....	44
Lampiran 6.....	45
Lampiran 7.....	46
Lampiran 8.....	47
Lampiran 9.....	48
Lampiran 10.....	49
Lampiran 11.....	50
Lampiran 12.....	51
Lampiran 13.....	52
Lampiran 14.....	55
Lampiran 15.....	57
Lampiran 16.....	65
Lampiran 17.....	70
Lampiran 18.....	74
Lampiran 19.....	76