

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

**(Studi Pada Pembeli dan Pengguna *Smartphone* Samsung di Kota Semarang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat  
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank  
Semarang



Oleh :

Nama : Amira Rhamdani Nabila

Nim : 16.05.51.0238

Program Studi : S1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK  
SEMARANG  
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN



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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*  
SAMSUNG  
(Studi Pada Pembeli dan Pengguna *Smartphone* Samsung di Kota Semarang)  
Oleh:

Nama : Amira Rhamdani Nabila

NIM : 16.05.51.0238

Program Studi : S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Semarang, 18 Februari 2020

Dosen Pembimbing

**Dr. Dra. Lie Liana, M.MSI**

**NIDN : 0603036501**

HALAMAN PENGESAHAN



Skripsi dengan judul :  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE  
SAMSUNG**  
(Studi Pada Pembeli dan Pengguna *Smartphone* Samsung di Kota Semarang)  
Ditulis oleh:

Nama : Amira Rhamdani Nabila  
Nim : 16.05.51.0238  
Program Studi : Strata I (S1) Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
Pendaftaran Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu  
syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomika  
dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal:

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

**Dosen pembimbing  
(Merangkap Penguji I)**

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

**Penguji II**

**Dr. Drs. Robertus Basiva, M.M**  
NIDN: 062602610

**Penguji III**

**Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom**  
NIDN: 0622056601

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis**



**Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.**  
NIDN : 0027037101

## PERTANYAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amira Rhamdani Nabila

NIM : 16.05.51.0238

Program Studi : Strata 1 (S1) Manajemen

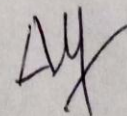
**Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

(Studi Pada Pembeli dan Pengguna *Smartphone* Samsung di Kota Semarang)  
Tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau sebuah simbol yang menggambarkan gagasan, pendapat, gagasan, pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-oleh sebagai tulisan saya sendiri dan 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 secara sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menrik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bahwa kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-oleh hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi.

Semarang, 18 Februari 2020

Yang menyatakan



(Amira Rhamdani Nabila)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya tulis ini saya persembahkan kepada kedua orang tua yang saya cintai, kakak dan kembaran saya selalu ada untuk memotivasi dengan senantiasa memberikan doa dan kasih sayang, juga teman dan sahabatku yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, serta almamaterku fakultas ekonomika dan bisnis universitas stikubank semarang. Tanpa mereka, aku tidak sanggup menyelesaikan studi ini. Terimakasih untuk semuanya.

(Amira Rhamdani Nabila)

## **MOTTO**

Dimanapun engkau berada selalulah menjadi yang terbaik dan berikan yang terbaik dari yang bisa kau berikan (B.J Habibie)



## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah *smartphone* Samsung. Variabel independen dalam penelitian yaitu kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden pembeli dan pengguna *Smartphone* Samsung di Kota Semarang, dengan menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Semua pertanyaan diukur dengan skala likert dengan 5 peringkat jawaban sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Menggunakan teknik analisis linear berganda dan data yang diolah menggunakan program SPSS 20.

Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

The purpose of this study is to explain the effect of product quality, brand image and price perception on purchasing decisions. In this study the object under study is the Samsung smartphone. The independent variables in the study are product quality, brand image, price perception and the dependent variable, namely purchasing decisions.

The sample in this study amounted to 100 respondents of buyers and users of Samsung smartphones in the city of Semarang, using a data collection tool in the form of a questionnaire. All questions are measured on a Likert scale with 5 ranked answers, totally agree to strongly disagree. Using multiple linear analysis techniques and data processed using the SPSS 20 program.

The results of the analysis can be concluded that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has no effect on purchasing decisions and price perceptions have a positive and significant effect on purchasing decisions.

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



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Pada Pembeli dan Pengguna *Smartphone* Samsung Di Kota Semarang)” skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, tidak luput dari hambatan dan kendala. Hambatan dan kendala dapat dihadapi dengan adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua yang saya cintai, kakak dan kembaran saya selalu ada untuk memotivasi dengan senantiasa memberikan dukungan, doa dan kasih sayang.
2. Bapak Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
3. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
4. Ibu Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
5. Ibu Dr. Dra. Lie Liana, M.MSI selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu Dosen serta keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan ilmu tanpa batas
7. Teman dan sahabat yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini Dhita, Nabila, Sasa, Putri, Dea, Tata, Laras, Lanang.

8. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2016 yang berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini terlaksana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan agar dapat menjadi perbaikan kedepannya. Akhir kata diharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk para pembaca.

Semarang, 18 Februari 2020

Amira Rhamdani Nabila

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	8
2.1.2 Kualitas Produk .....	14
2.1.3 Citra Merek .....	13
2.1.4 Persepsi Harga .....	17
2.2 Penelitian Empiris .....	19
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	22
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.3.2 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.3.3 Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.4 Model Penelitian .....	26

<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Objek Penelitian .....	27
3.2 Sampel .....	27
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.3.1 Jenis Data .....	28
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.3.3 Variabel Penelitian .....	29
3.3.4 Skala Pengumpulan Variabel .....	29
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Variabel .....	30
3.5 Teknik Analisa Data .....	31
3.6 Analisis Deskriptif Statistik .....	31
3.7 Uji Instrument Penelitian .....	31
3.7.1 Uji Validitas .....	31
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	32
3.8 Uji Model .....	33
3.8.1 Koefisien Determinasi .....	33
3.8.2 Uji Statistik F .....	33
3.9 Analisis Regresi Berganda .....	34
3.10 Uji Hipotesis .....	34
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Deskripsi Responden .....	35
4.2 Deskripsi Variabel .....	38
4.3 Uji Validitas .....	40
4.4 Uji Reliabilitas .....	42
4.5 Uji F .....	42
4.6 Uji Determinasi .....	43
4.7 Uji Hipotesis .....	43
4.8 Pembahasan .....	44
4.8.1 Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian .....	44

4.8.2 Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian .....	46
4.8.3 Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian .....	47
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	49
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Keterbatasan.....	49
5.3 Implikasi .....	50
5.3.1 Implikasi Teoritis .....	50
5.3.2 Implikasi Manajerial .....	50
5.4 Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	52
<b>LAMPIRAN</b> .....	54

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Posisi Top 5 besar di Indonesia pada tahun 2017 vs 2018 dari <i>Market Share of IDC(International Data Corpotarion)</i> .....	3
Tabel 2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	19
Table 3.4 Definisi Konsep dan Operasional Variabel .....	30
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	36
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	37
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1) .....	38
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2) .....	38
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X3) .....	39
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2) .....	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3) .....	40
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	41
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4.15 Hasil Uji F .....	42
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi .....	43
Tabel 4.17 Hasil Uji t .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.1 Model Perilaku Pembelian .....	9
Gambar 2.4.1 Model Grafis .....	26



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner .....	54
Lampiran 2 Identitas Responden .....	58
Lampiran 3 Tabulasi Data .....	66
Lampiran 4 Uji Deskriptif Responden .....	68
Lampiran 5 Uji Deskriptif Variabel .....	71
Lampiran 6 Uji Validitas .....	81
Lampiran 7 Uji Reliabilitas .....	87
Lampiran 8 Uji Regresi Berganda .....	91
Lampiran 9 Catatan Konsultasi Dan Bimbingan .....	93