

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE*
SAMSUNG PADA TOP SELULAR ITC ROXY MAS
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

Nama : Muhammad Muli Kalimatillah

NIM : 43106110151



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE*
SAMSUNG PADA TOP SELULAR ITC ROXY MAS
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Muhammad Muli Kalimatillah
NIM : 43106110151**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MUHAMMAD MULI KALIMATILLAH

NIM : 43106110151

Program Studi : S1 Manajemen dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Agustus 2012



MUHAMMAD MULI KALIMATILLAH

NIM: 43106110151

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **MUHAMMAD MULI KALIMATILLAH**
NIM : 43106110151
Program/Jurusan : Manajemen - Strata 1
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG PADA
TOP SELULAR ITC ROXY MAS JAKARTA
BARAT**
Tanggal Lulus Ujian : 14 Maret 2013

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi



(H. Arief Bowo Prayoga K, SE,MM)

Dekan



(Dr. Wiwik Utami, Ak.,MS)

Ketua Program Studi Manajemen - SI



(Dr. Rina Astini, SE,MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

**Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian
Handphone Samsung Pada Top Seluler ITC ROXY MAS Jakarta Barat**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Muhammad Muli Kalimatilah

43106110-151

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 14 Maret 2013

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



(H. Arief Bowo Prayoga K, SE,MM)

Anggota Dewan Penguji 1



(Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM)

Anggota Dewan Penguji 2



(Dra. Yuli Harwani, MM)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, syukur Alhamdulillah penulis penatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Di dalam penulisan ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik dalam pengumpulan data, penyajian isi, maupun teknik penulisan. Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas produk dan *brand image*, mengetahui pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *handphone* Samsung pada Top Selular ITC Roxy Mas Jakarta Barat. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada semua pihak yang telah membantu penulis di dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak.,MS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arief Prayoga K, SE, MM. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat dalam penyusunan penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah sabar memberikan banyak ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
6. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ayahanda yang penulis banggakan dan Ibundaku tercinta dan adik-adikku yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Seluruh pihak yang telah ikut membantu hingga skripsi ini selesai.

Penulis sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun, semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik atas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 14 Maret 2013

Muhammad Muli Kalimatilah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penulisan	8
1.5 Manfaat Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Filosofi Manajemen Pemasaran	12

2.2	Kualitas Produk	13
2.2.1	Pengertian Produk	13
2.2.2	Tingkatan Produk	14
2.2.3	Klasifikasi Produk	15
2.2.4	Kualitas (<i>Quality</i>)	17
2.2.5	Karakteristik Fungsional Istilah “Kualitas”	18
2.2.6	Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	19
2.3	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	23
2.3.1	Merek (<i>Brand</i>)	23
2.3.2	Citra (<i>Image</i>)	24
2.3.3	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	25
2.3.4	Membangun <i>Brand Image</i>	27
2.3.5	Faktor-Faktor dalam Mengkomunikasikan <i>Brand Image</i>	28
2.4	Perilaku Konsumen	29
2.4.1	Perilaku Konsumen Bisnis	29
2.4.2	Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	31
2.5	Keputusan Pembelian	32
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	32
2.5.2	Peran Pembelian	33
2.5.3	Tipe-tipe Perilaku Pembelian	34
2.5.4	Tahap-tahap Proses Pembelian	36

2.6 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian Berdasarkan Penelitian-penelitian Sebelumnya	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	41
3.1.1 Visi Perusahaan	41
3.1.2 Misi Perusahaan	41
3.1.3 Nilai Inti	41
3.1.4 Sejarah Singkat dan Top Selular	41
3.1.5 Produk-produk yang Dijual	43
3.2 Desain Penelitian	44
3.3 Skala Pengukuran Variabel	44
3.4 Jenis Data	46
3.5 Metode Pengumpulan Data	46
3.6 Populasi dan Sampel	47
3.6.1 Populasi	47
3.6.2 Sampel	47
3.7 Operasional Variabel	48
3.8 Metode Pengumpulan Data	49
3.9 Metode Analisis Data	50

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Karakteristik Responden Konsumen Top Selular ITC Roxy Mas	55
4.2 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk Top Selular ITC Roxy Mas	58
4.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i> Top Selular ITC Roxy Mas	64
4.4 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Top Selular ITC Roxy Mas	67
4.5 Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.5.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	72
4.5.2 Koefisien Korelasi	76
4.5.3 Koefisien Determinasi	78
4.5.4 Persamaan Garis Regresi Linier Berganda	79
4.5.5 Uji Hipotesis	80
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
3.1	Intrumen Skala Likert	45
3.2	Definisi Operasional Variabel	49
4.1	Jenis Kelamin	55
4.2	Umur	56
4.3	Pendidikan Terakhir	56
4.4	Pekerjaan	57
4.5	Frekuensi Pembelian	57
4.6	Menggunakan Teknologi Terbaru, Canggih dan Android	58
4.7	Berkualitas Tinggi dan Layar Sentuh (<i>Touch Screen</i>)	59
4.8	Kekuatan dan Jarang Bermasalah	59
4.9	Spesifikasi dan Desain yang Sesuai	60
4.10	Tahan Lama dan Bergaransi	60
4.11	Cakap dan Handal Menangani Keluhan	61
4.12	Bervariasi dari Berbagai Model dan <i>Assesories</i>	61
4.13	Mutu atau Kinerja <i>Handphone</i>	62
4.14	Analisis Tanggapan Mengenai Kualitas Produk Top Selular ITC Roxy Mas	62
4.15	Produk Sudah terkenal dan Mudah Diingat	65
4.16	Kualitas Bagus dan Terjamin Perbaikan atau Garansinya	65
4.17	Produk Canggih dan <i>Trendy</i> serta Kebanggaan	66

4.18 Analisis Tanggapan Mengenai <i>Brand Image</i> Top Selular ITC Roxy Mas.....	66
4.19 <i>Handphone</i> Samsung Merupakan Kebutuhan dan Keinginan	68
4.20 Mencari Informasi dan Kelebihan atau Kekurangan serta Manfaat	68
4.21 Banyak Pilihan Model atau Desain dan Canggih	69
4.22 Membeli Sesuai dengan Rencana Awal	69
4.23 Membeli Kembali <i>Handphone</i> Merek Samsung	70
4.24 Analisis Tanggapan Keputusan Pembelian Top Selular ITC Roxy Mas	71
4.25 a. Validitas Kualitas Produk	73
4.25 b. Ikhtisar Validitas Kualitas Produk	73
4.26 Reliabilitas Kualitas Produk	74
4.27 a. Validitas <i>Brand Image</i>	74
4.27 b. Ikhtisar Validitas <i>Brand Image</i>	74
4.28 Reliabilitas <i>Brand Image</i>	75
4.29 a. Validitas Keputusan Pembelian	75
4.29 b. Ikhtisar Validitas Keputusan Pembelian	75
4.30 Reliabilitas Keputusan Pembelian	76
4.31 Koefisien Korelasi	77
4.32 Koefisien Determinasi	78
4.33 Persamaan Garis Regresi Linier Berganda	79
4.34 Uji t	80
4.35 Uji F	82

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Jawaban Kuesioner Kualitas Produk, Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan

Hasil-Hasil Olahan Spss

Tabel R (Product Moment)

Tabel Distribusi T Atau Tabel T

Tabel Distribusi F Atau Tabel F Untuk Taraf Signifikansi 5%