

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS MEREK DAN GAYA HIDUP  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SAMSUNG GALAXY NOTE II**

Nama : Vitha Lady Yosephine  
NIM : 43108110012



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS MEREK DAN GAYA HIDUP  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SAMSUNG GALAXY NOTE II**

**SKRIPSI**

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

**Nama : Vitha Lady Yosephine  
NIM : 43108110012**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vitha Lady Yosephine

NIM : 43108110012

Program Studi : Manajemen Pemasaran

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, 21 Agustus 2013



Vitha Lady Yosephine  
NIM: 43108110012

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vitha Lady Yosephine

NIM : 43108110012

Program Studi : Manajemen

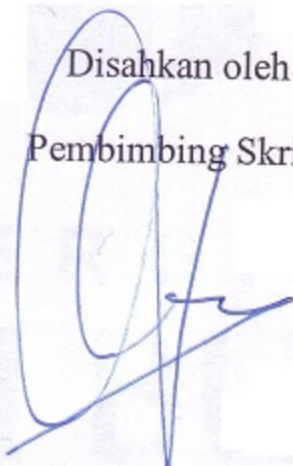
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kualitas Merek dan Gaya Hidup

Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk

Samsung Galaxy Note II

Tanggal Lulus Ujian : 05 September 2013

Disahkan oleh :  
Pembimbing Skripsi



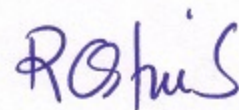
(Drs. Wawan Purwanto, SE, MM)

Dekan



(Dr. Wiwik Utami, Ak, CA)

Ketua Program Studi Manajemen – S1



(Dr. Rina Astini, SE, MM)

## LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Persepsi Kualitas Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan  
Pembelian Produk Samsung Galaxy Note II

Dipersiapkan dan disusun oleh :

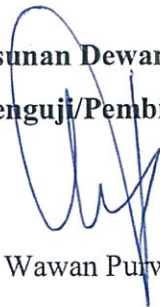
**Vitha Lady Yosephine**

**43108110012**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 05 September 2013.


**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi**



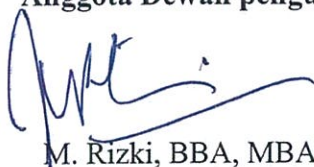
Drs. Wawan Purwanto, MM

**Anggota Dewan Penguji**



Endi Rekarti, SE, ME

**Anggota Dewan penguji**



M. Rizki, BBA, MBA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, hanya atas berkat dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kualitas Merek dan Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Samsung Galaxy Note II”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi jenjang pendidikan strata satu program studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini:

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata 1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Drs. Wawan Purwanto, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.

6. Seluruh rekan dan sahabat KK FE UMB angkatan XIII khususnya Meylia, Sarwo, Pak Trisno, Pak Samsu alias Paketu dan Satria yang telah menemani, memberi semangat, dan dukungan selama masa pendidikan 4 tahun.
7. Untuk Ade Lincah dan Mas Ferri Kurniawan yang telah meminjamkan buku dan CD bahkan rela meluangkan waktu untuk mengajarkan SPSS.
8. Sahabat-sahabatku Arif, Telly dan Mba Irma yang banyak memberikan bantuan dan dukungan baik secara moril dan material.
9. Adik-adikku Jimmy dan Yeye yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabatku Kak Evi, Kak Jane, Vio, Ci Henny, Nita, Rita, Fenny dan teman-teman lainnya yang telah banyak memberikan dukungan.
11. Teman-teman seperjuangan di kampus terutama Novi, Yani dan Atha, yang telah memberikan kenangan manis, dukungan serta solidaritasnya kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Teman-teman ex-Orang Tua Group (Ci Eva, Felix, Pak Telly, Pak Bunadi, Mega, Lili, Stanlee) yang telah mendukung dan memberi semangat untuk melanjutkan kuliah.
13. Seluruh responden yang dengan tulus ikhlas memberikan waktunya untuk mengisi dan memberi masukan terhadap kuesioner yang penulis bagikan.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan informasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan YME memberikan balasan yang berlipat ganda atas bantuan dan budi baik semua pihak tersebut di atas. Saya sadar bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangatlah diharapkan. Akhirnya, dari segala ketulusan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 03 Agustus 2013

Penulis





## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>ABSTRAK</b> .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
2.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.2 Perilaku Konsumen.....	10
2.3 Pengertian Merek.....	13
2.4 Persepsi Kualitas Merek ( <i>Brand Perceived Quality</i> ) .....	15
2.4.1 Pengertian Persepsi Kualitas.....	16
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas .....	17
2.4.3 Dimensi Persepsi Kualitas .....	18
2.5 Pengertian Gaya Hidup .....	19
2.5.1 Alat Ukur Gaya Hidup.....	22
2.6 Pengertian Keputusan Pembelian .....	24
2.6.1 Tipe-tipe perilaku pembelian.....	25

2.6.2 Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian .....	27
2.7 Penelitian Terdahulu .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Obyek Penelitian .....	32
3.1.1 Lokasi Penelitian .....	32
3.1.2 Gambaran Umum Produk Samsung Galaxy Note II....	32
3.2 Desain Penelitian .....	35
3.3 Hipotesis .....	35
3.4 Variabel Dan Skala Pengukuran .....	36
3.4.1 Variabel .....	36
3.4.2 Definisi Operasional Variabel .....	36
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	39
3.6 Jenis Data .....	41
3.7 Populasi Dan Sampel .....	41
3.8 Metode Analisis Data .....	42
3.8.1 Uji Validitas .....	42
3.8.2 Uji Realibilitas .....	43
3.8.3 Teknik Analisis Data .....	44
3.8.4 Uji Asumsi Klasik .....	44
a. Uji Normalitas .....	44
b. Uji Heteroskedastisitas .....	44
c. Uji Multikolinearitas .....	45
d. Uji Autokorelasi .....	45
3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
3.8.6 Pengujian Koefisien Persamaan Regresi .....	47
1. Uji F (Uji Simultan) .....	47
2. Uji t (Uji Parsial) .....	48
3. Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) .....	49
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	52
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52

4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	53
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Rutin per Bulan .....	54
4.2 Analisis Persepsi Kualitas Merek Samsung Galaxy Note II ...	54
a. Ketangguhan kinerja sistem operasi.....	55
b. Kecepatan membuka dan berpindah sistem aplikasi....	56
c. Kemampuan menjalankan beberapa aplikasi pada saat yang bersamaan.....	56
d. Tersedianya aplikasi pendukung dari Samsung Apps .	57
e. Tersedianya jasa pusat perbaikan produk.....	58
f. Ketahanan mesin Galaxy Note II.....	58
g. Kapasitas baterai yang besar.....	59
h. Kekuatan produk terhadap benturan .....	60
i. Layar yang tidak mudah tergores.....	60
j. Tingkat fungsional yang tinggi .....	61
k. Kemudahan pengunduhan fitur atau aplikasi tambahan	62
l. Ukuran dan spesifikasi produk yang membedakan Samsung Galaxy Note II dengan smartphone lainnya .	63
m. Penambahan stylus pen untuk mempermudah penggunaan.....	63
n. Jarang terjadi kecacatan produk.....	64
o. Kinerja yang konsisten .....	65
p. Produk Samsung Galaxy Note II secara keseluruhan mempunyai kualitas yang baik.....	66
q. Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Persepsi Kualitas Merek.....	67
4.3 Analisis Gaya Hidup Konsumen Samsung Galaxy Note II.....	68
a. Penggunaan perangkat digital dalam menunjang aktivitas kerja konsumen .....	69
b. Penggunaan perangkat digital dalam menunjang sosialisasi konsumen .....	69

c.	Pengaruh gaya hidup terhadap keinginan untuk memiliki produk berteknologi canggih .....	70
d.	Pengaruh peran sosial terhadap keinginan untuk memiliki produk berteknologi canggih .....	71
e.	Tingkat pengorbanan konsumen untuk mendapatkan perangkat digital yang canggih dan terbaru .....	71
f.	Penilaian individu terhadap hasil yang telah dicapai dengan penggunaan perangkat digital yang telah dimiliki.....	72
g.	Peningkatan nilai diri atau kepercayaan diri ketika konsumen menggunakan perangkat digital canggih ....	73
h.	Kepuasan yang dihasilkan dengan penggunaan perangkat digital.....	74
i.	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Gaya Hidup .....	75
4.4	Analisis Proses Keputusan Pembelian Produk Samsung Galaxy Note II.....	76
a.	Seberapa jauh responden menyadari kebutuhannya terhadap suatu produk.....	76
b.	Seberapa jauh responden menyadari harapannya terhadap suatu produk.....	77
c.	Pencarian informasi dan produk pembanding .....	78
d.	Pilihan media informasi dan tingkat intensitas responden dalam mencari informasi .....	79
e.	Selektifitas responden, terkait alternatif produk .....	79
f.	Risiko kesalahan dalam memilih .....	80
g.	Selektifitas responden, terkait kebutuhan .....	81
h.	Image konsumen terhadap suatu merek .....	81
i.	Seberapa jauh kualitas merek mempengaruhi pembelian.....	82

j. Seberapa jauh responden menyadari harapannya terhadap suatu produk.....	82
k. Cara pembayaran yang dilakukan .....	83
l. Tingkat kepuasan responden terhadap produk.....	84
m. Seberapa jauh responden akan merekomendasikan produk kepada rekan atau kenalannya.....	85
n. Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	86
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	87
4.1.1 Uji Validitas .....	87
4.1.2 Uji Realibilitas .....	90
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	91
4.6.1 Uji Normalitas .....	92
4.6.2 Uji Heterokedastisitas.....	93
4.6.3 Uji Multikolinearitas .....	93
4.6.4 Uji Autokorelasi.....	94
4.7 Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	96
4.7.1 Analisis pengaruh persepsi kualitas merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama/Uji Hipotesis Dengan Uji F .....	96
4.7.2 Analisis pengaruh persepsi kualitas merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian secara parsial/Uji Hipotesis Dengan Uji t .....	98
4.7.3 Analisis R Square ( $R^2$ ).....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Saran .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
3.1 Tabel Spesifikasi Samsung Galaxy Note II .....	33
3.2 Tabel Operasional Variabel Persepsi Kualitas Merek ( $X_1$ ).....	37
3.3 Tabel Operasional Variabel Gaya Hidup ( $X_2$ ) .....	38
3.4 Tabel Operasional Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)....	39
3.5 Tabel Instrumen Skala Likert .....	40
4.1 Tabel Jenis Kelamin Responden .....	52
4.2 Tabel Jenis Pekerjaan Responden.....	53
4.3 Tabel Tingkat Pengeluaran Rutin per Bulan .....	54
4.4 Pernyataan responden mengenai ketangguhan kinerja sistem operasi Samsung Galaxy Note II.....	55
4.5 Pernyataan responden mengenai kecepatan membuka dan berpindah sistem aplikasi .....	56
4.6 Pernyataan responden mengenai kemampuan Samsung Galaxy Note II menjalankan beberapa aplikasi pada saat yang bersamaan...	56
4.7 Pernyataan responden mengenai tersedianya aplikasi pendukung dari Samsung Apps .....	57
4.8 Pernyataan responden mengenai tersedianya jasa pusat perbaikan produk .....	58
4.9 Pernyataan responden mengenai ketahanan mesin Galaxy Note II...	58
4.10 Pernyataan responden mengenai kapasitas baterai yang besar .....	59

4.11 Pernyataan responden mengenai kekuatan produk terhadap benturan.....	60
4.12 Pernyataan responden mengenai layar yang tidak mudah tergores...	60
4.13 Pernyataan responden mengenai tingkat fungsional yang tinggi .....	61
4.14 Pernyataan responden mengenai kemudahan pengunduhan fitur atau aplikasi tambahan.....	62
4.15 Pernyataan responden mengenai ukuran dan spesifikasi produk yang membedakan Samsung Galaxy Note II dengan smartphone lainnya.....	63
4.16 Pernyataan responden mengenai penambahan stylus pen untuk mempermudah penggunaan.....	63
4.17 Pernyataan responden mengenai jarang terjadi kecacatan produk ....	64
4.18 Pernyataan responden mengenai kinerja yang konsisten.....	65
4.19 Pernyataan responden mengenai produk Samsung Galaxy Note II secara keseluruhan mempunyai kualitas yang baik .....	66
4.20 Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Persepsi Kualitas Merek .....	67
4.21 Pernyataan responden mengenai penggunaan perangkat digital dalam menunjang aktivitas kerja .....	69
4.22 Pernyataan responden mengenai penggunaan perangkat digital sebagai alat pendukung sosialisasi .....	69
4.23 Pernyataan responden mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keinginan untuk memiliki produk berteknologi canggih.....	70

4.24	Pernyataan responden mengenai pengaruh peran sosial terhadap keinginan untuk memiliki produk berteknologi canggih .....	71
4.25	Pernyataan responden mengenai kesediaan mengeluarkan uang lebih untuk mendapatkan perangkat digital yang canggih dan terbaru .....	71
4.26	Pernyataan responden mengenai hasil yang dicapai dengan penggunaan perangkat digital yang telah dimiliki.....	72
4.27	Pernyataan responden mengenai peningkatan nilai diri atau kepercayaan diri ketika menggunakan perangkat digital canggih.....	73
4.28	Pernyataan responden mengenai kepuasan yang dihasilkan dengan penggunaan perangkat digital.....	74
4.29	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Gaya Hidup .....	75
4.30	Pernyataan responden mengenai kesadaran kebutuhannya terhadap suatu produk .....	76
4.31	Pernyataan responden mengenai harapannya terhadap suatu produk .....	77
4.32	Pernyataan responden mengenai pencarian informasi produk dan produk pembanding .....	78
4.33	Pernyataan responden mengenai pilihan media informasi dan tingkat intensitas dalam mencari informasi.....	79
4.34	Selektifitas responden, terkait alternatif produk.....	79
4.35	Pernyataan responden mengenai risiko kesalahan dalam memilih ...	80
4.36	Pernyataan responden mengenai selektifitas terkait kebutuhan .....	81
4.37	Pernyataan responden mengenai image terhadap suatu merek .....	81



4.38	Pernyataan responden mengenai seberapa jauh kualitas merek mempengaruhi pembelian .....	82
4.39	Pernyataan responden mengenai kesesuaian antara kualitas merek dengan harga yang ditawarkan .....	82
4.40	Pernyataan responden mengenai cara pembayaran yang dilakukan..	83
4.41	Pernyataan responden mengenai kepuasan yang mengarah kepada pembelian berikutnya.....	84
4.42	Pernyataan responden mengenai merekomendasikan produk kepada pihak lain.....	85
4.43	Rekapitulasi Pernyataan Responden Variabel Keputusan Pembelian	86
4.44	Uji Validitas terhadap Variabel $X_1$ Persepsi Kualitas Merek .....	88
4.45	Uji Validitas terhadap Variabel $X_2$ Gaya Hidup .....	88
4.46	Uji Validitas terhadap Variabel $Y$ Keputusan Pembelian .....	89
4.47	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kualitas Merek .....	90
4.48	Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup .....	90
4.49	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	90
4.50	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	92
4.51	Uji Multikolinieritas .....	94
4.52	Uji Autokorelasi .....	95
4.53	Uji F / Serempak.....	97
4.54	Uji t/ Parsial.....	98
4.55	R Square .....	100

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
1.1 Gambar Pertumbuhan Penjualan Ponsel Pintar di Pasar Global Berdasarkan Sistem Operasi.....	2
1.2 Gambar Penjualan Ponsel Pintar di Pasar Global Berdasarkan Merek .....	3
2.1 Gambar Model Perilaku Konsumen .....	11
2.2 Gambar Proses Keputusan Pembelian .....	27
2.3 Gambar Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .	29
4.1 Gambar Grafik <i>Scatterplot</i> .....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Tabulasi Hasil Kuesioner
Lampiran III	Hasil Uji Validitas $X_1$
Lampiran IV	Hasil Uji Validitas $X_2$
Lampiran V	Hasil Uji Validitas Y
Lampiran VI	Hasil Uji Reliabilitas $X_1$
Lampiran VII	Hasil Uji Reliabilitas $X_2$
Lampiran VIII	Hasil Uji Reliabilitas Y
Lampiran IX	Tabel Durbin-Watson (DW)
Lampiran X	Tabel F
Lampiran XI	Tabel T
Lampiran XII	Tabel r