

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

(Studi Kasus : Penduduk kawasan RT 02 RW 03 petukangan utara
pesanggrahan - Jakarta selatan)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi S1**

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Disusun oleh :

Nama : Fahmi Setiawansyah

NIM : 43111010263

**PROGAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda yangan dibawah ini:

Nama : Fahmi Setiawansyah

NIM : 43111010263

Program Studi : Manajemen – Strata 1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, Januari 2016



Fahmi Setiawansyah

NIM 43111010263

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fahmi Setiawansyah
NIM : 43111010263
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone BlackBerry*

Tanggal Lulus Ujian : 28 Januari 2016



Pembimbing

Ketua Penguji


Erna S. Imaningsih, SE., M.Si
Tanggal:


Dr. Rina Astini, SE., MM
Tanggal: 18/2 2016

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Manajemen-S1


Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA
Tanggal:


Dr. Rina Astini, SE., MM
Tanggal: 18/2 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat MENCAPAI GELAR Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone BlackBerry (Studi Kasus : Penduduk kawasan RT 02 RW 03 petukangan utara pesanggrahan - Jakarta selatan)”**.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada:

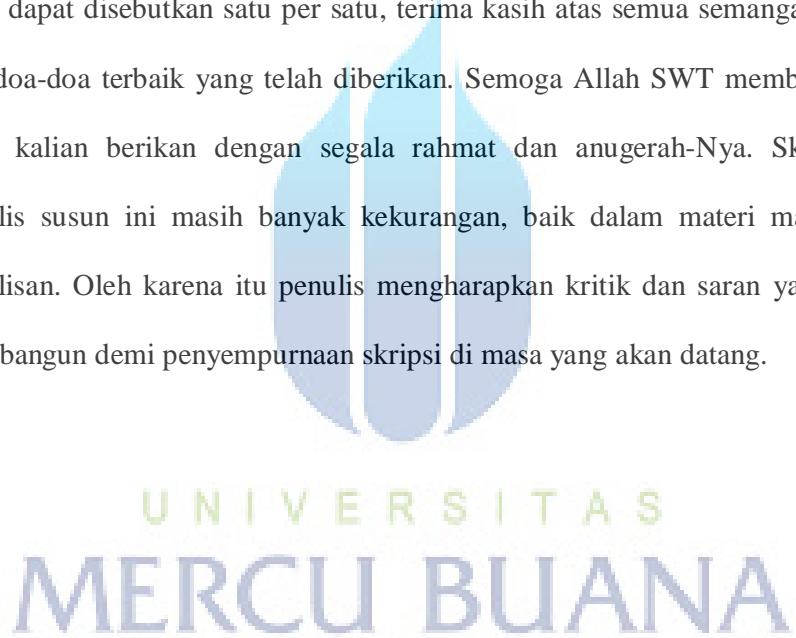
1. Yang Teristimewa, kedua Orang Tua saya Bpk. Sanuri dan Ibu Juriyah serta ketiga Adik saya Wahsian Ali Irfansyah, Muhammad Vicky Farhansyah, Angelina Alifia Noureen. yang tidak pernah putus memberikan semangat, doa, motivasi, kasih sayang dan cinta dalam setiap prosesnya hingga saya bias menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, memberikan saran, meluangkan waktunya, mengarahkan serta memotivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
5. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku Kaprodi Manajemen S1, Ibu Luna Haningsih SE., ME dan Ibu Hesti Maheswari SE., M.Si selaku Sekretaris I dan Sekretaris II Program Studi Manajemen S1.
6. Teman terdekat, Khairunnisa Tanjung. Terima kasih selalu memberikan doa, semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Teman-teman A2 Studio dan Gang Pinter, Tulus Widodo, Hardiyansky, Kiki Sanjaya, Deni Saputra, Septiawan Adi Saputra, Nugraha Andiman, Ismail, Kamil, Felix Ridwan, Fathur, Genta, Reza, Darussalam, Ade Febi, Fachrurazi, Aem, Pandu Putra Pratama, Pandu Rahmat, Sanditya Finala, Choo, Kejol, Muhammad Ridwan, Iyan, Prayudha, Arvan, Jaka, Ramdhani, yang selalu memotivasi dan support selama proses penyusunan hingga skripsi ini telah diselesaikan dengan baik.
8. Teman-teman Kafe Nikmat (KN), Idham, Tantyo, Beny, Alfania, Sari, Wahyu, Roby Juni, Robby cahyadi, Lulu, Oca, Yusuf, Khairul Umam, Agung, Aries, Sutrisno, Rinaldi, Defa, Budi, Nico, dan Pandu, Terima

kasih atas doa, dukungan, semangat, canda tawa, dan motivasi selama proses penyusunan hingga skripsi ini telah diselesaikan dengan baik.

9. Teman-teman seperjuangan dalam menyusun skripsi, Tantyo, Idham., Ambiya, Yana, Syafei, Agiary, Hafizri, Patar, Alfiansyah aping, Rizal Jalil, Okky, Ringgo, Dede Nur, Rara, Tika. Semoga sukses dan kita diberi kemudahan dalam segala hal.

Kepada seluruh pihak, saudara, sahabat dan teman penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas semua semangat, motivasi dan doa-doa terbaik yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalas segala yang kalian berikan dengan segala rahmat dan anugerah-Nya. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi di masa yang akan datang.



Jakarta, Januari 2016

Fahmi Setiawansyah

43111010263

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	12
1. Tujuan Penelitian	12
2. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	14
1. Pemasaran	14
a. Definisi Pemasaran	14
2. Kualitas Produk	20
a. Definisi Kualitas Produk	20
c. Dimensi Kualitas Produk	22
3. Citra Merek	26
a. Definisi Citra Merek	27

b.	Dimensi Citra Merek	29
4.	Persepsi Harga	31
a.	Definisi Persepsi Harga	31
b.	Dimensi Persepsi Harga	36
5.	Prilaku Konsumen	38
a.	Definisi Prilaku Konsumen.....	25
6.	Keputusan Pembelian	42
a.	Definisi Keputusan Pembelian	42
b.	Dimensi Keputusan Pembelian	45
7.	Penelitian Terdahulu	48
B.	Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	52
1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ...	52
2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	53
3.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	54

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian	56
1.	Waktu Penelitian	56
2.	Tempat Penelitian	56
B.	Desain Penelitian	56
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	57
1.	Operasionalisasi Variabel	59
D.	Pengukuran Variabel	61
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	62
1.	Populasi Penelitian	62
2.	Sampel Penelitian	62
F.	Teknik Pengumpulan Data	63
1.	Kuesioner	64
2.	Penelitian Kepustakaan	64
G.	Jenis Data	65

H. Metode Analisis Data	65
1. Analisis Deskriptif	65
2. Uji Kualitas Data	65
a. Uji Validitas	65
b. Uji Reliabilitas	66
3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	67
a. Uji Asumsi Klasik	68
1) Uji Normalitas	68
2) Uji Multikolonieritas	68
3) Uji Heteroskedastisitas	68
b. Koefisien Determinasi	69
c. Uji Ketepatan Model (Uji F)	70
d. Uji Hipotesis (Uji t)	70

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	72
1. Tempat dan Waktu Penelitian	73
2. Karakteristik Profil Responden	73
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	74
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	76
B. Hasil Uji Kualitas Data	77
1. Hasil Uji Validitas	77
2. Hasil Uji Reliabilitas	79
C. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	80
1. Hasil Uji Asumsi Klasik	82
a. Hasil Uji Normalitas	82
b. Hasil Uji Multikolonieritas	82

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas	84
d. Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
e. Hasil Uji Ketepatan Model (Uji F)	85
f. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	86
D. Pembahasan dan Hasil Penelitian	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	93
DAFTAR LAMPIRAN	96



DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Produsen Telepon Seluler Di Indonesia	2
1.2	<i>Market Share Smartphone</i> Di Indonesia.....	8
1.3	<i>Market Share BlackBerry</i> Di Dunia Tahun 2008 - 2009	9
1.4	<i>Market Share BlackBerry</i> Di Dunia Tahun 2012 - 2013	9
2.1	Peneliti Terdahulu	48
3.1	Operasionalisasi Variabel	59
3.2	Pengukuran Skala Likert	61
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	74
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	75
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	76
4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	77
4.7	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2)	77
4.8	Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3).....	78
4.9	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	78
4.10	Hasil Uji Reliabilitas	79
4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	83
4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
4.14	Hasil Uji Ketepatan Model (Uji F)	85
4.15	Hasil Uji Hipotesis (Uji t Pengujian Secara Parsial)	86

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	<i>Market Share Mobile OS Di Indonesia</i>	4
2.1	Tahap Proses Keputusan Pembel.....	48
2.2	Rerangka Konseptual	55
4.1	Hasil Uji Normalitas	82
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	84



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	97
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden	103
Lampiran 3	Hasil Kuesioner	105
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	113
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas	114
Lampiran 6	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	114
Lampiran 7	Hasil Uji Berganda Asumsi Klasik	115
Lampiran 8	Hasil Uji Hipotesis	117

