

**PENGARUH CITRA MEREK, FITUR DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE SONY XPERIA**

**(Studi Kasus Mall Ambassador)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Yeni Febrianti**

**Nim : 43112010209**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, FITUR DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE SONY XPERIA**

**(Studi Kasus Mall Ambassador)**

**SKRIPSI**



**Nama : Yeni Febrianti**  
**Nim : 43112010209**

**Program Studi Manajemen**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**JAKARTA**  
**2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yeni Febrianti

NIM : 43112010209

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

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

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Jakarta, 16 Februari 2016



**Yeni Febrianti**  
NIM : 43112010209

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yeni Febrianti  
NIM : 43112010209  
Program Studi : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia (Studi Kasus Mall Ambassador).

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji

  
(Tafiprios SE., MM)

  
(Mochamad Rizki Sadikin, BBA, MBA)

Tanggal : 23/2 2016

Tanggal : 23/2 2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1



(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., MS., CA)

Tanggal : 26/2 2016



(Dr. Rina Astini SE, MM)

Tanggal : 26/2 2016

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan pada kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Sony Xperia (Studi Kasus Mall Ambassador)”**. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

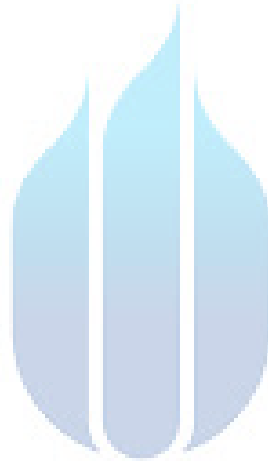
Walaupun penulis telah berusaha sebaik-baiknya dalam penulisan ini namun dengan terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki serta terbatasnya waktu untuk mendapatkan data, maka penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan juga memiliki banyak kekurangan. Tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya Bapak Tafiprios SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersabar untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Pada kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan rasa hormat serta terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

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

1. Kedua orang tua penulis Asep Hidayat dan Ayi Hasanah, yang telah memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan sampai saat ini.
2. Bapak Dr.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. 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.
5. Kakek, nenek, wa imas, teh yana, teh rina, bi nyai, bi elis, mang adang dan nanis terimakasih atas doa dukungan, motivasi serta semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Sahabat Nita, Dita, Iren, Mery dan Keluarga Cemara Abdul, Agnes, Wulan, Elis, Ida, Ima, Rahma, Arif, Mentari, Shofi, nikita, terimakasih atas doa dan Motivasi dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-Teman HMJ Manajemen S1 : Aris, Ima, Ida, Anggi, Devi, Tidhar, Rijal, Oki, Idris, Dara, Ucup, Hana, Yholan, Ruhil, Amar, Titi, Dea, Desy, Sigit, Fauzi, Nia, Dwi, Diah, Armada, Yusron. Terimakasih atas kebersamaannya selama 2 periode menjabat di HMJ Manajemen S1.

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan hati kalian. 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 ini di masa yang akan datang.



Jakarta, 16 Februari 2016

Yeni Febrianti

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	8
1. Tujuan Penelitian .....	8
2. Kontribusi Penelitian .....	8
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN           HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Pemasaran.....	10
a. Pengertian Pemasaran .....	10
b. Manajemen Pemasaran .....	10
2. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	11
a. Pengertian Citra Merek .....	11
b. Dimensi Citra Merek.....	12
c. Indikator Citra Merek .....	13
3. Fitur .....	16
a. Pengertian Fitur .....	16
b. Dimensi Fitur.....	16
c. Indikator Fitur .....	17
4. Kualitas Produk .....	18
a. Pengertian Produk .....	18
b. Pengertian Kualitas Produk .....	20
c. Dimensi Kualitas Produk.....	21
d. Indikator Kualitas Produk .....	22
5. Keputusan Pembelian .....	22
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	22
b. Indikator Keputusan Pembelian .....	27
B. Rerangka Pemikiran .....	36
C. Hipotesis .....	38



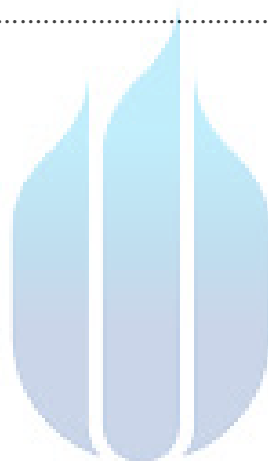
### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	39
B. Desain Penelitian .....	39
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	39
1. Definisi Variabel .....	39
2. Operasional Variabel .....	40
D. Pengukuran Variabel .....	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
1. Populasi Penelitian.....	44
2. Sampel Penelitian.....	45
F. Teknik Pengambilan Sampel .....	45
G. Metode Analisis Data .....	46
1. Statistika Deskriptif .....	46
2. Uji Kualitas Data .....	46
a. Uji Validitas .....	46
b. Uji Reliabilitas .....	48
3. Uji Asumsi Klasik .....	48
a. Uji Normalitas .....	49
b. Uji Multikolinearitas.....	49
c. Uji Heteroskedastisitas.....	50
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
5. Uji Hipotesis .....	52

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum PT Sony.....	54
1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	54
2. Karakteristik Profil Responden .....	55
a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
b. Responden Berdasarkan Usia .....	56
c. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	56
d. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	57
e. Responden Berdasarkan Pendapatan .....	57
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	58
1. Analisis Deskriptif Indikator Citra Merek.....	58
2. Analisis Deskriptif Indikator Fitur.....	62
3. Analisis Deskriptif Indikator Kualitas Produk.....	66
4. Analisis Deskriptif Indikator Keputusan Pembelian.....	73
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	77
1. Hasil Uji Validitas .....	77
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	79
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	80
1. Hasil Uji Normalitas Data .....	81
2. Hasil Uji Multikolonieritas .....	82

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	83
E. Analisis Regresi Linier Berganda .....	84
F. Hasil Uji Hipotesis .....	87
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	87
2. Hasil Uji F (Pengujian Secara Simultan).....	88
3. Hasil Uji t (Uji Statistik t).....	89
G. Pembahasan dan Hasil Penelitian .....	90
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	91
B. Saran .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94
LAMPIRAN .....	97



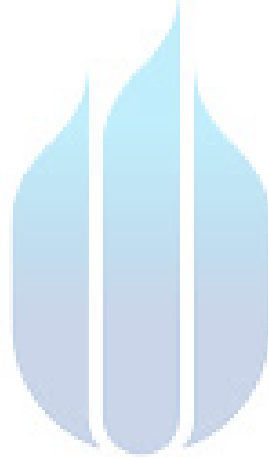
UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	26
3.1	Tabel Operasional Variabel .....	39
4.1	Tabel Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	52
4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.3	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.4	Tabel Karakteristik Berdasrkan Pendidikan .....	54
4.5	Tabel Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	54
4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek.....	55
4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek.....	56
4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek.....	56
4.9	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek.....	57
4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek.....	58
4.11	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek.....	58
4.12	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek.....	59
4.13	Hasil Uji Statistik Deskriptif Citra Merek.....	59
4.14	Hasil Uji Statistik Deskriptif Fitur .....	60
4.15	Hasil Uji Statistik Deskriptif Fitur .....	61
4.16	Hasil Uji Statistik Deskriptif Fitur .....	61
4.17	Hasil Uji Statistik Deskriptif Fitur .....	62
4.18	Hasil Uji Statistik Deskriptif Fitur .....	62
4.19	Hasil Uji Statistik Deskriptif Fitur .....	63

4.20	Hasil Uji Statistik Deskriptif Fitur .....	63
4.21	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	64
4.22	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	65
4.23	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	65
4.24	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	66
4.25	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	66
4.26	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	67
4.27	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	67
4.28	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	68
4.29	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	68
4.30	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	69
4.31	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	69
4.32	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	70
4.33	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	70
4.34	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	77
4.35	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	77
4.36	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	78
4.37	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	79
4.38	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	79
4.39	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	80
4.40	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	81
4.41	Hasil Uji Validitas Fitur (X2).....	82
4.42	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	82
4.43	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	83

4.43 Hasil Uji Reliabilitas .....	84
4.45 Hasil Uji Normalitas Data .....	85
4.46 Hasil Uji Multikolonieritas .....	87
4.47 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	89
4.48 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	91
4.49 Hasil Uji F (secara simultan) .....	92
4.50 Hasil Uji t .....	92



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.1	Data Pengguna Handphone Smartphone .....	4
2.1	Rerangka Pemikiran .....	37
4.1	Hasil Uji Normalitas .....	86
4.2	Hasil Heteroskedastisitas .....	88

