

**PENGARUH *BRAND IMAGE* (CITRA MEREK) DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK  
TOSHIBA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA  
KAMPUS MENTENG**

**SKRIPSI**

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



**NAMA : ANNISA RAHMAWATISARI**

**NIM : 43112120248**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA**

**2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Rahmawatisari

NIM : 43112120248

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil 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 surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Februari 2016



**Annisa Rahmawatisari**

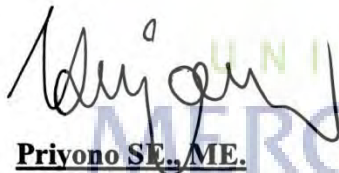
**NIM : 43112120248**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Annisa Rahmawatisari  
NIM : 43112120248  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Kampus Menteng  
Tanggal Lulus Ujian : 15 Maret 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Privono SE., ME.

Tanggal :

Ketua Penguji



M. Soelton, S.Psi., MM

Tanggal : 20/3/2016

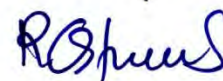
Dekan,



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

Tanggal :

Ketua Program Studi  
S1 Manajemen,



Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 29/3 2016

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Kampus Menteng”**. Skripsi ini merupakan syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Priyono, SE., ME., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arrisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Hesti Maheswari, SE., M.Si., dan Ibu Luna Haningsih, SE., ME., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orangtua dan adik tercinta yang telah memberikan dukungan moril materil dan tak putus-putusnya mendoakan penulis dalam proses ini.
7. Teman-teman penulis di Universitas Mercu Buana, yang senantiasa berbagi cerita dan membantu mencari solusi bagi setiap permasalahan yang timbul dalam proses penyelesaian skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 29 Februari 2016

**Annisa Rahmawatisari**

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 LATAR BELAKANG . .....	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH .....	7
1.3 TUJUAN DAN KONTIBUSI PENELITIAN .....	7
1.3.1 TUJUAN PENELITIAN .....	7
1.3.2 KONTRIBUSI PENELITIAN .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS</b> .....	9
2.1 KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1.1 PENGERTIAN PEMASARAN .....	9
2.1.2 PENGERTIAN <i>BRAND IMAGE</i> (CITRA MEREK) .....	10
2.1.2.1 PROSES PEMBENTUKAN <i>BRAND MAGE</i> (CITRAMEREK) .....	12
2.1.2.2 DIMENSI <i>BRAND IMAGE</i> (CITRA MEREK) .....	14

2.1.2.3 HUBUNGAN <i>BRAND IMAGE</i> (CITRA MEREK) DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	15
2.1.3 KUALITAS PRODUK .....	17
2.1.3.1 HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	20
2.1.4 PENGERTIAN KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	20
2.2 PENELITIAN TERDAHULU .....	25
2.3 RERANGKA PEMIKIRAN .....	28
2.4 HIPOTESIS .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
3.1 WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN .....	30
3.2 DESAIN PENELITIAN .....	30
3.3 DEFINISI DAN OPERASIONAL VARIABEL .....	30
3.3.1 DEFINISI VARIABEL .....	30
3.3.2 DEFINISI OPERASIONAL .....	31
3.4 PENGUKURAN VARIABEL .....	33
3.5 POPULASI DAN SAMPEL .....	35
3.5.1 POPULASI .....	35
3.5.2 SAMPEL .....	35
3.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	37
3.7 METODE ANALISIS .....	38
3.7.1 ANALISIS DESKRIPTIF .....	38
3.7.2 ANALISIS KUANTITATIF .....	38
3.7.2.1 UJI VALIDITAS .....	38

3.7.2.2 UJI RELIABILITAS .....	39
3.7.3 UJI ASUMSI KLASIK .....	39
3.7.3.1 UJI NORMALITAS .....	39
3.7.3.2 UJI HETEROSKEDESTISITAS .....	40
3.7.3.3 UJI MULTIKOLINIERITAS .....	40
3.7.4 ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA .....	41
3.7.5 PENGUJIAN HIPOTESIS .....	42
3.7.5.1 UJI F .....	42
3.7.5.2 UJI T .....	42
3.7.5.3 KOEFISIEN DETERMINASI ( $R^2$ ) .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	44
4.1.1 TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN .....	44
4.1.2 KARAKTERISTIK PROFIL RESPONDEN .....	45
4.1.2.1 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN .....	45
4.1.2.2 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN USIA .....	45
4.1.2.3 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN PENGHASILAN .....	46
4.1.2.4 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN LAMANYA MENGUNAKAN LAPTOP TOSHIBA .....	47
4.2 HASIL UJI ANALISIS DESKRIPTIF .....	47
4.2.1 ANALISIS DESKRIPTIF <i>BRAND IMAGE</i> (CITRA MEREK ) LAPTOP TOSHIBA .....	49
4.2.2 ANALISIS DESKRIPTIF KUALITAS PRODUK LAPTOP TOSHIBA .....	50
4.2.3 ANALISIS DESKRIPTIF KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP TOSHIBA .....	52



4.3	HASIL UJI KUALITAS DATA .....	53
4.3.1	HASIL UJI VALIDITAS .....	53
4.3.2	HASIL UJI RELIABILITAS .....	55
4.4	HASIL UJI ASUMSI KLASIK .....	55
4.4.1	HASIL UJI NORMALITAS .....	55
4.4.2	HASIL UJI HETEROSKEDESESITAS .....	57
4.4.3	HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS .....	58
4.5	HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA .....	58
4.6	HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS .....	59
4.6.1	HASIL UJI F .....	59
4.6.2	HASIL UJI T .....	61
4.7	HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI .....	64
4.8	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....	62
		
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1	SIMPULAN .....	65
5.2	SARAN .....	66
		
	DAFTAR PUSTAKA .....	67
	LAMPIRAN .....	71

## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Tabel TOP <i>Brand Index</i> Kategori Notebook/Laptop/Netbook Tahun 2012-2014.....	5
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	26
3.1	Tabel Operasional Variabel .....	33
3.2	Tabel Skala Likert .....	38
4.1	Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.2	Tabel Responden Berdasarkan Usia .....	45
4.3	Tabel Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan .....	46
4.4	Tabel Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Laptop Toshiba .....	47
4.5	Tabel Interval Penilaian .....	49
4.6	Tabel Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	49
4.7	Tabel Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	50
4.8	Tabel Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	52
4.9	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X1) .....	53
4.10	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2) .....	54
4.11	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	54
4.12	Tabel Hasil Uji Reliabilitas .....	55
4.13	Tabel Hasil Uji Multikolinieritas .....	58
4.14	Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
4.15	Tabel Hasil Uji F .....	60
4.16	Tabel Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Proses Pengambilan Keputusan .....	23
2.2	Rerangka Pemikiran .....	29
4.1	Hasil Pengujian Normalitas .....	56
4.2	Hasil Pengujian Heteroskedestisitas .....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner .....	69
Lampiran 2.	Tabulasi Jawaban Variabel Brand Image (X1) .....	72
Lampiran 3.	Tabulasi Jawaban Variabel Kualitas Produk (X2) .....	75
Lampiran 4.	Tabulasi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	78
Lampiran 5.	Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X1).....	81
Lampiran 6.	Uji Validitas Variabel Brand Image (X1) .....	81
Lampiran 7.	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2) .....	81
Lampiran 8.	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2) .....	81
Lampiran 9.	Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	82
Lampiran 10.	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	82
Lampiran 11.	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	82
Lampiran 12.	Uji F .....	82
Lampiran 13.	Collinearity .....	83
Lampiran 14.	Hasil Uji Normalitas .....	83
Lampiran 15.	Hasil Uji Heteroskedestisitas.....	84