

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

**SKRIPSI**



Nama **I V E** : Muhammad Yusron Tamami

NIM : 43116110347

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2021**

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

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Sarjana  
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Progam Studi Manajemen Universitas  
Mercu Buana Jakarta



**Nama : Muhammad Yusron Tamami**

**NIM : 43116110347**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Yusron Tamami

Nim : 43116110347

Program Studi : Manajemen S1

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 tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Desember 2021



Muhammad Yusron Tamami

Nim: 43116110347

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Yusron Tamami  
NIM : 43116110347  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIANPRODUK SMARTPHONE SAMSUNG  
Tanggal Sidang : 28 Oktober 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.S.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 09221589



Please Scan QRCode to  
Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kualits Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung yang sudah pernah membeli produk *smartphone* Samsung. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kauntitatif. Oleh karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistic dengan *software Output* pengolahan dengan SPSS 23, 2020 dan data primer diolah dengan menggunakan Smart-PLS, 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji t (*bootsrapping*) variable independent citra merek, kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian Konsumen *smartphone* Samsung.



## **ABSTRACT**

*This study aims to see the effect of brand image, product quality and price perception on purchasing decisions for Samsung smartphone products who have bought Samsung smartphone products. This research was conducted on 100 respondents using a quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis with Output processing software with SPSS 23, 2020 and primary data is processed using Smart-PLS, 2020. The results of this study indicate that by means of the t test (bootsrapping) the variables of brand image, product quality and Price perception has a positive and significant effect on the dependent variable, namely the decision to purchase Samsung smartphone products.*

**Key Word:** *Brand Image, Quality Product, Price Perception, Buying Decision Product Smartphone Samsung..*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone Samsung*”**.

Peneliti 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 Prof. Dr.Ir. Ngadino Surip, MS selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti

ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
5. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan



penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, Desember 2021



Muhammad Yusron Tamami



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

COVER .....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kontribusi Penelian .....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen Pemasaran .....	12
2. Citra Merek .....	13
3. Kualitas Produk.....	14
4. Harga.....	17
5. Keputusan Pembelian .....	23
6. Penelitian Terdahulu .....	28
7. Hubungan Antar Variabel .....	31
B. Kerangka Pemikiran .....	33
C. Hipotesis .....	33
BAB III METODE PELEITIAN .....	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
B. Desain Penelitian .....	35
C. Definisi Operasionalisasi Variabel .....	36

D. Pengukuran Variabel .....	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
F. Teknik Pengumpulan Data .....	42
G. Metode Analisis Data .....	43
1. Analisis Partial Least Square .....	43
2. Langkah – langkah Pengujian Analisis PLS .....	44
3. Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	45
H. Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) .....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
B. Statistik Deskriptif .....	48
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	56
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	76
L A M P I R A N.....	78

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1.	Data Pengguna <i>Smartphone</i> Tahun 2015 - 2019 .....	3
1.2.	<i>Top Brand Index Smartphone</i> Tahun 2019 .....	5
1.3.	Hasil Pra-Survey Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian produk <i>Smartphone</i> Samsung .....	7
2.1.	Penelitian Terdahulu .....	28
3.1.	Operasional Variabel .....	38
3.2.	Instrument Skala Likert .....	40
4.1	Jenis Kelamis Responden .....	49
4.2	Usia Responden .....	50
4.3	Pekerjaan Responden .....	51
4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	52
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	53
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga .....	54
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	55
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	58
4.9	Hasul Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	60
4.10	Hasil Uji <i>Avarage Variance Extracted</i> (AVE) .....	61
4.11	Hasil Uji <i>Avarage Variance Extracted</i> (Modifikasi) .....	61
4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ) .....	62
4.13	<i>Avarage Variance Extracted</i> (AVE) .....	64
4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Larcker Critetion</i> ) .....	64
4.15	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	65
4.16	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	66
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis .....	68

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1.	Data Penjualan <i>Smartphone</i> (Global).....	4
2.1.	Model Kerangka Konseptual .....	33
4.1	Hasil Algoritma PLS .....	57
4.2	Hasil ALgoritma PLS (Modifikasi).....	59
4.3	Hasil Uji Bootstrapping .....	69
4.4	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> (Uji <i>T-Statistics</i> ) .....	72

