

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A51**

SKRIPSI



NAMA : BAYU ARDIANSYAH

NIM : 43118010170

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A51**

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



NAMA : BAYU ARDIANSYAH

NIM : 43118010170

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bayu Ardiansyah

NIM : 43118010170

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa proposal 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 dikenakan sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 November 2022



Bayu Ardiansyah

43118010170

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bayu Ardiansyah
NIM : 43118010170
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy A51
Tanggal Sidang : 23 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. **VERS** Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

MERCU BUANA

LPTA 12221977



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “**Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy A51**”. Penelitian ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Yanto Ramli, MM selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonommi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Yanto Ramli, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi Saya..
5. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen;

6. Teman-temanku di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2018, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini;
7. Keluarga tercinta, Ayah dan Mama yang selalu memberikan motivasi serta menjadi motivasi saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini;
8. Sahabat-sahabat peneliti Frans Tumpal Hutagaol, Muhammad Fachrudin, Aldi Rochmana, Juan Axel Vieri dan Elsa Alqurnia Suci yang selalu memberikan semangat kepada saya.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian proposal ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 November 2022



Bayu Ardiansyah

43118010170

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	8
C. TUJUAN PENELITIAN.....	9
D. KONTRIBUSI PENELITIAN.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. KAJIAN PUSTAKA	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. Keputusan Pembelian.....	12
3. Brand Image	14
4. Kualitas Produk	18
5. Persepsi Harga.....	21
6. Peneliti Terdahulu	24
7. Hubungan antar Variabel	27

B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	29
1. Kerangka Pemikiran	29
2. Pengujian Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN	31
B. DESAIN PENELITIAN	31
C. DEFINISI DAN OPERASIONAL VARIABEL	31
1. Definisi Variabel	31
2. Operasional Variabel	33
D. SKALA PENGUKURAN	35
E. POPULASI DAN SAMPEL	36
1. Populasi Penelitian	36
2. Sampel Penelitian	37
F. METODE PENGUMPULAN DATA	38
G. METODE ANALISIS DATA	38
1. Analisis Deskriptif	38
2. Analisis Partial Least Square	40
H. PENGUJIAN HIPOTESIS	40
1. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	40
2. Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	44
B. HASIL ANALISIS DESKRIPTIF	45
1. Deskripsi Responden	45
2. Deskripsi Variabel	50
C. METODE ANALISIS DATA PARTIAL LEAST SQUARE (PLS)	55
1. Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)	56
2. Pengujian Uji Model Struktural (Inner Model)	64
D. HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS	66

E. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
1. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
A. SIMPULAN.....	72
B. SARAN.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	78



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 3.2 Lima Tingkatan Jawaban dengan Skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kisaran Waktu Penggunaan SmartPhone	49
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Brand Image.....	50
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualitas Produk	51
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Persepsi Harga	53
Tabel 4.9 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Convergent Validity	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi)	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Discriminant Validity (cross loading)	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion).....	62
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai R-Square (R ²).....	63
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Smartphone di Indonesia	2
Gambar 1.2 Penurunan Smartphone	3
Gambar 1.3 Penjualan Samsung A51 Tahun 2020	4
Gambar 1.4 Penjualan Smartphone 2021	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	57
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	59
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping	65



DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner Penelitian	78
Jawaban Responden	84
Deskriptif Responden.....	102
Deskriptif Variabel.....	104
Hasil Uji Pengukuran	107

