

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG
(Studi Kasus Pada Samsung Experience Store Cimanggis Square)**

SKRIPSI

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



NAMA : Agnes Catur Utami

NIM : 43114120370

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

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agnes Catur Utami

Nim : 43114120370

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 pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 9 Agustus 2017



Agnes Catur Utami

NIM : 43114120370

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Agnes Catur Utami
NIM : 43114120370
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Samsung Experience Store Cimanggis Square)
Tanggal Lulus Ujian : 30 Agustus 2017

Disahkan oleh :

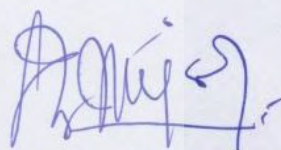
Pembimbing,

Ketua Penguji,



Zulfitri, MP., MM

Tanggal : 2/9/17



Luna Haningsih, SE., ME

Tanggal : 2/9/17

Dekan,

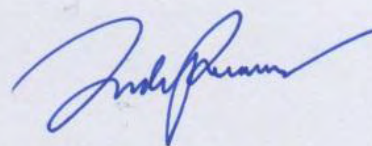
Ketua Program Studi



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 7/9/17

S1 Manajemen,



Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 7/9-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Samsung Experience Store Cimanggis Square)”**

Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

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 Zulfitri, MP.MM 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 ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, ketiga kakak saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, ST, MM, Ph.D. selaku Ketua 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. Prima Putra Perdana S.E yang sama sama berjuang dan selalu mendoakan dan memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Semua pihak yang telah senantiasa memberikan dukungan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, dengan segala kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Agustus 2017

Agnes Catur Utami

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	12
1. Tujuan Penelitian.....	12
2. Kontribusi Penelitian.....	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka	14
2.1 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	17
2.2 Kualitas Produk.....	23
2.3 Kualitas Pelayanan.....	29
2.4 Keputusan Pembelian	34
B. Rerangka Pemikiran.....	51
C. Hipotesis	54

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	55
B. Desain Penelitian	55
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	55
D. Pengukuran Variabel	55
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	61
a. Populasi Penelitian.....	61
b. Sampel Penelitian	63
F. Teknik Pengumpulan Data.....	64
G. Metode Analisis Data.....	65
1. Analisis <i>Partial Least Square</i>	65
2. Langkah-langkah Pengujian PLS.....	66
a. Evaluasi Measurement Model	67
b. Model Struktural dan Uji Hipotesis (Inner Model)	67

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	69
1. Sejarah Singkat Perusahaan	69
2. Struktur Organisasi	73
B. Statistik Deskriptif.....	73
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	74
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	76
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	78
C. Karakteristik Jawaban Responden	79
1. Variabel <i>Brand Image</i>	79
2. Rekapitulasi Jawaban Responden Variable <i>Brand Image</i>	80
3. Variabel Kualitas Produk.....	81

4. Rekapitulasi Jawaban Responden Variable Kualitas Produk.....	82
5. Variabel Kualitas Pelayanan.....	84
6. Rekapitulasi Jawaban Responden Variable Kualitas Pelayanan.....	85
7. Variabel Keputusan Pembelian.....	87
8. Rekapitulasi Jawaban Responden Variable Keputusan Pembelian.....	88
D. Metode Analisis Data : SEM – <i>Partial Least Square</i>	89
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model).....	89
a. <i>Convergent Validity</i>	90
b. <i>Discriminant Validity</i>	96
c. <i>Composite Reliability dan Cronbach Alpha</i>	99
2. Model Struktural dan Uji Hipotesis (Inner Model)	101
a. Nilai R-Square.....	101
b. <i>Goodness of Fit Model</i>	102
c. Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)....	103
E. Pembahasan.....	105
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian	105
2. Pengaruh Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	106
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian.....	107

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	108
B. Saran.....	109

DAFTAR PUSTAKA.....	112
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	116
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	Tabel Data Penjualan Smartphone 2011-2015.....	3
1.2	Tabel Data Penjualan dan Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> Kuartal III 2015-2016.....	4
1.3	Tabel Top Brand <i>Smartphone</i> 2015 – 2017	7
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	47
3.1	Tabel Operasional Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	57
3.2	Tabel Operasional Variabel Kualitas Produk (X2)	58
3.3	Tabel Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	59
3.4	Tabel Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
3.5	Tabel Instrumen Skala Likert.....	61
3.6	Tabel Data Pengujung Samsung Experience Store	62
4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.3	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	76
4.4	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
4.5	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	78
4.6	Tabel Karakteristik Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	79
4.7	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	80
4.8	Tabel Karakteristik Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	81
4.9.1	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk....	82
4.10	Tabel Karakteristik Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	84
4.11	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	85
4.12	Tabel Karakteristik Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	87

4.13	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	88
4.14	Tabel Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	90
4.15	Tabel Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Re-estimasi	93
4.16	Tabel Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	96
4.17	Tabel Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	98
4.18	Tabel Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	100
4.19	Tabel Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i>	100
4.20	Tabel Hasil Nilai R^2 untuk Variabel Laten Endogen	101
4.21	Tabel Hasil Pengujian Hipotesis	103



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.1	Gambar Data <i>Top 10 Popular Smartphone In the World</i> Kuartar III 2016.....	8
1.2	Gambar Data <i>Service Quality Award 2016</i> kategori <i>handphone</i> dan <i>smartphone</i>	10
2.1	Gambar Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	39
2.2	Gambar Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian oleh Konsumen.....	40
2.3	Gambar Empat Tipe Perilaku Pembelian	45
2.4	Gambar Rerangka Pemikiran	53
4.1	Gambar Struktur Organisasi PT Samsung Electronics Indonesia	73
4.2	Gambar Hasil PLS Algorithm	92
4.3	Gambar Hasil PLS Algorithm Re-estimasi	95
4.4	Gambar Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> ...	99
4.5	Gambar Hasil <i>Bootstrapping</i>	104

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	116
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	122
Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> ...	124
Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden Kualitas Produk.....	126
Lampiran 5 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	131
Lampiran 6 Rekapitulasi Jawaban Responden Keputusan Pembelian....	136
Lampiran 7 Hasil Uji SEM SmartPLS Konstruk Diagram Jalur Full Model.....	141
Lampiran 8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Full Model.....	142
Lampiran 9 Hasil Konstruk Diagram Jalur Full Model Re-estimasi	144
Lampiran 10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Full Model Re-estimasi.....	145
Lampiran 11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	147
Lampiran 12 <i>Diagram Average Variance Extrated AVE</i>	149
Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas	149
Lampiran 14 Hasil Uji R- Square.....	150
Lampiran 15 Hasil Uji Hipotesis	150
Lampiran 16 Hasil Uji <i>Bootstapping</i>	151