

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SERVER MEREK FUJITSU PADA
PT. INFOSYS SOLUSI TERPADU**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2015**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SERVER MEREK FUJITSU PADA
PT. INFOSYS SOLUSI TERPADU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1

**Nama : Dita Fatma Zulviana
NIM : 43111120220**



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dita Fatma Zulviana

NIM : 43111120220

Program Studi : Manajemen S1

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 15 April 2015



(Dita Fatma Zulviana)
Nim : 43111120220

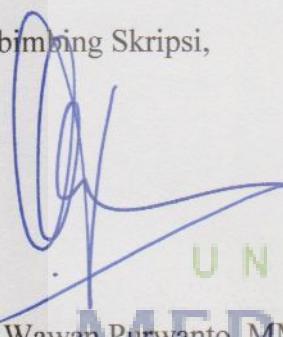
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dita Fatma Zulviana
NIM : 43111120220
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Server Merek Fujitsu Pada PT. Infosys Solusi Terpadu

Tanggal Lulus Ujian :

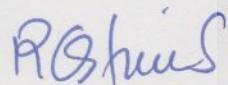
Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi,



Drs. Wawan Purwanto, MM

Ketua Pengaji,

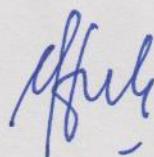


Dr. Rina Astini, SE, MM

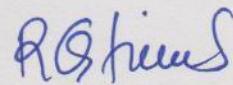
Tanggal:

Dekan,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Prof. Dr. Wiwik Utami, SE.AK,M.Si,CA
Tanggal:



Dr. Rina Astini, SE, MM
Tanggal:

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syurkur kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya lah sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Server Merek Fujitsu Pada PT. Infosys Solusi Terpadu”**.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kekeliruan yang didapatkan dari penelitian ini. Tak lupa pula, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas berbagai saran, kritik dan argument yang muncul dalam menanggapi penelitian ini. Secara khusus penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Wawan Purwanto, MM, sebagai dosen pembimbing yang selama ini telah meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan segala arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibunda tercinta Ninin Wahyuni, Kakak tersayang Maulida Fatima Zulviani, atas segala doa dukungan, semangat, ridho, kasih sayang yang senantiasa tercurah, dan terkasih Taufik Bayu Soraya yang selalu memberikan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Keluarga tersayang yang selalu memberikan doa.
3. Bapak H.R. Probo Sutedjo, selaku Ketua Yayasan Menara Bakti.
4. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM, Rektor Universitas Mercubuana.

5. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, SE.AK,M.Si, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercubuana.
6. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercubuana.
7. Ibu Luna Haningsih, SE, ME dan Ibu Hesti Maheswari, SR, Msi, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercubuana,
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercubuana, dan segenap staff/karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercubuana.
9. Pimpinan dan seluruh Staff/Karyawan dan seluruh pelanggan PT. Infosys Solusi Terpadu yang telah memberikan informasi dan pengumpulan data dalam mendukung penulisan.
10. Teman-teman FEB Universitas Mercubuana yang tidak bias saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu penulis dan senantiasa memberikan rahmat-Nya kepada kita semua. Amin.

MERCU BUANA

Jakarta, 15 April 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	9
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HEPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Citra Merek.....	16
2.1.3 Harga	20
2.1.4 Kualitas Produk	26
2.1.3 Keputusan Pembelian	30

2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Rerangka Pemikiran	46
2.4 Hipotesis.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	49
3.2 Desain Penelitian.....	49
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	50
3.4 Pengukuran Variabel.....	51
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	55
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6.1 Pengumpulan Data Primer.....	56
3.6.2 Pengumpulan Data Skunder	57
3.7 Metode Analisa	57
3.7.1 Uji Validitas	57
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	59
3.7.3 Menguji Kuesioner dengan Komputer	60
3.7.4 Uji Normalitas	60
3.7.5 Uji Multikolinieritas	60
3.7.6 Uji Heteroskedastisitas	61
3.7.7 Analisis Regresi Linear Bergada	61
3.7.8 Uji <i>t</i>	62
3.7.9 Uji F.....	63
3.7.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	65
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	65
4.2 Karakteristik Responden PT. Infosys Solusi Terpadu	67
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	68
4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	69
4.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Bekerja.....	70
4.2.5 Karakteristik Responden berdasarkan Mengenal Produk.....	72
4.3 Uji Validitas	73
4.4 Uji Reliabilitas	77
4.5 Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas	79
4.6 Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas	80
4.7 Uji Asumsi Klasik Normalitas	82
4.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
4.9 Uji <i>t</i>	84
4.10 Uji F	86
4.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87
4.12 Pembahasan Hasil Penelitian	87

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	92
4.2 Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

95

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Penjualan Server Pada PT. Infosys Solusi Terpadu	4
TABEL 1.2 Perbandingan Harga Salah Satu Type Server Jenis Tiap Merek.....	6
TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu	38
TABEL 3.1 Operasional Variabel.....	51
TABEL 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
TABEL 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
TABEL 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	69
TABEL 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	71
TABEL 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengenal Produk.....	72
TABEL 4.6 Hasil Uji Validitas Citra Merek	73
TABEL 4.7 Hasil Uji Validitas Harga	74
TABEL 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	75
TABEL 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	76
TABEL 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek.....	77
TABEL 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Harga	77
TABEL 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	78
TABEL 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	78
TABEL 4.14 Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas.....	79
TABEL 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	83
TABEL 4.16 Hasil Uji t	84
TABEL 4.17 Hasil Uji F	86
TABEL 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	32
GAMBAR 2.2 Kerangka Pemikiran	47
GAMBAR 4.1 Struktur Organisasi.....	66
GAMBAR 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
GAMBAR 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	81
GAMBAR 4.4 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	82



ABSTRAK

Tujuan dari penilitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang sudah mengenal dan memakai produk di PT. Infosys Solusi Terpadu dengan responden 78 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan kesimpulan adalah regresi linier berganda. Analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda. Hal tersebut menjelaskan bahwa citra merek positif terhadap keputusan pembelian, harga negatif terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk positif terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di PT. Infosys Solusi Terpadu.

Kata Kunci: Citra merek, Harga, Kualitas produk, Keputusan pembelian.



ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of the image of the brand, price, quality products and to purchase decisions using a quantitative approach. The subject of the research is all customers who already know and use the product at PT. Infosys Solutions integrated with respondent 78 people. Data collection methods used in this study is a questionnaire. The technique used in this study to obtain a multiple linear regression is the conclusion. Data analysis using linear regression indicates multiple. It explains that a positive brand image of purchasing decisions, pricing negatively to purchasing decisions and product quality positively towards purchasing decisions. it can be concluded that there is influence of brand image, price, and product quality significantly to customer purchasing decisions on PT. Infosys unified solution.

Keywords: brand image, product quality, Price, purchase decisions

