

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti (Alhamdulillah) dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Peranan Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Smartphone* Android Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dra. Yuli Harwani, MM. Selaku dosen Pembimbing yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan informasi yang berguna bagi penulis selama menyusun skripsi ini.
2. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM Selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak, MS., CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana Jakarta.
4. Dr. Rina Astini, SE., MM. Selaku Kepala Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.

5. Keluarga tercinta. Orangtua, Imam Setya dan Lilies Rachmawati serta adik-adik. Terima kasih atas doa, motivasi, dan kasih sayang yang tulus sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya sehingga penulis sampai ke tahap skripsi ini.
7. Sahabat, teman, dan pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta doanya.
8. Mahasiswa Universitas Mercu Buana selaku responden, terima kasih telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sesuai ketentuan yang ada.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan karunia serta anugerah-Nya atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberi pengembangan pikiran bagi para pembaca.

Jakarta, Agustus 2015

Intan Indah Setyowati

2.1 Manfaat Citra Merek	12
2.2 Strategi Citra Merek	16
3. Perilaku Konsumen	17
3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi	
Perilaku Pembelian Konsumen	18
4. Persepsi	21
4.1 Persepsi Konsumen	21
4.2 Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas	22
4.3 Persepsi Kualitas	22
5. Keputusan Pembelian Konsumen	23
6. Keterkaitan Antara Citra Merek dengan	
Keputusan Pembelian Konsumen	27
B. Rerangka Pemikiran	29
C. Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	31
B. Desain Penelitian	31
C. Definisi Operasionalisasi Variabel	32
1. Definisi Variabel	32

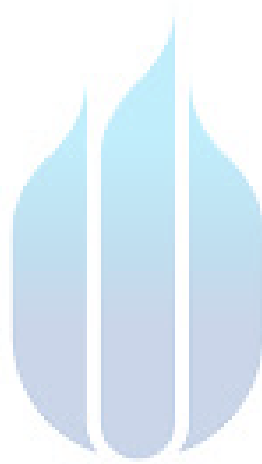
2. Operasionalisasi Variabel	32
D. Pengukuran Variabel	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi	36
2. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	36
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Metode Analisis	39
1. Statistik Deskriptif	39
2. Uji Kualitas Data	39
a. Uji Validitas	39
b. Uji Reliabilitas	39
3. Uji Asumsi Klasik	40
a. Uji Normalitas	40
b. Uji Multikolonieritas	40
c. Uji Heterokedastisitas	41
4. Uji Regresi Berganda	42
5. Uji Hipotesis	43
a. Koefisien Determinasi (R^2)	43
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	43
c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
1.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
2.	Karakteristik Profil Responden.....	46
a.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
b.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	47
c.	Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	48
d.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Mahasiswa	49
B.	Hasil Uji Statistik Deskriptif	50
C.	Hasil Uji Kualitas Data	51
1.	Uji Validitas	51
2.	Uji Reliabilitas	55
D.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
1.	Uji Normalitas.....	56
2.	Uji Multikolinieritas.....	57
3.	Uji Heteroskedastisitas	58
E.	Uji Regresi Linear Berganda	60
F.	Hasil Uji Hipotesis.....	62
1.	Uji Koefisien Determinasi ().....	62
2.	Uji Hipotesis Simultan (Uji Statistik F)	63
3.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	64
G.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	65

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72

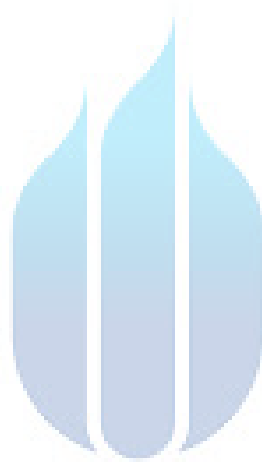


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Penjualan <i>Smartphone</i> pada 3Q13 dan 3Q14	3
1.2	Penggunaan <i>Smartphone</i> Berdasarkan Sistem Operasi	4
1.3	<i>Top Ten Smartphone</i>	5
2.1	Penelitian Terdahulu	28
3.1	Definisi Operasional Variabel	33
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2	Responden Berdasarkan Usia	47
4.3	Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	48
4.4	Responden Berdasarkan Pengeuaran Perbulan Mahasiswa	49
4.5	Uji Statistik Deskriptif	50
4.6	Uji Validitas Citra Merek	51
4.7	Uji Validitas Citra Merek	52
4.8	Uji Validitas Persepsi Kualitas	52
4.9	Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen	53
4.10	Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen	54
4.11	Uji Reliabilitas	55
4.12	Uji Multikolonieritas	58
4.13	Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	61
4.14	Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.15	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	63

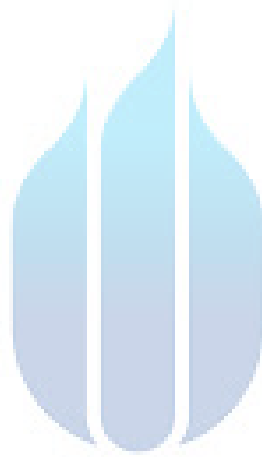
4.16 Uji Hipotesis Parameter Individual (Uji t) 64



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Skema Rerangka Pemikiran	29
4.1	Grafik Histogram	56
4.2	Grafik Normal P-Plot.....	57
4.3	Grafik <i>Scatterplot</i>	59



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Wawancara Awal	72
Lampiran 2 Kuesioner	74
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	79
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif	86
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	87
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	94
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	95
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	97
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	98

