

**PENGARUH CITRA MEREK *HANDPHONE* ANDROID SAMSUNG  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
DI JAKARTA UTARA**

Oleh :

**Nama : Roby Hermawan**

**NIM : 24100219**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen  
Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA  
SEPTEMBER 2014**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**PENGESAHAN**

**PENGARUH CITRA MEREK *HANDPHONE* ANDROID SAMSUNG  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
DI JAKARTA UTARA**

**Diajukan Oleh :**

**Nama : Roby Hermawan**

**NIM : 24100219**

**Jakarta, 16 September 2014**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**

**( Tumpal R. Sitinjak, Ir., M.M. )**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA 2014**



## ABSTRAK

**Roby Hermawan / 24100219 / 2014 / Pengaruh Citra Merek *Handphone* Android Samsung terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Jakarta Utara / Manajemen Pemasaran / Pembimbing: Tumpal J.R Sitinjak, Ir., M.M.**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh begitu banyaknya *Handphone* Android yang masuk ke Indonesia. Dengan begitu banyaknya produk yang ada, tentu konsumen hanya akan memilih produk yang memiliki citra merek yang baik. Di tengah persaingan yang semakin ketat, merek bisa menjadi senjata andalan untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli sebuah produk. Konsumen menjadikan merek sebagai salah satu pertimbangan penting ketika hendak membeli suatu produk.

Menurut Kotler dan Keller citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Menurut Kanuk dan Schiffman keputusan pembelian yaitu memilih dari antara dua atau lebih alternatif pilihan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kausal/sebab akibat. Metode ini bertujuan untuk mempelajari mengapa suatu variabel dapat mengakibatkan perubahan atau pengaruh pada persepsi konsumen terhadap suatu produk tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100 responden. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi, dan uji asumsi klasik.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah analisis jawaban kuisisioner sebanyak 100 responden. Konsumen setuju bahwa citra merek *Handphone* Android Samsung berjalan dengan baik dan keputusan pembelian konsumen terhadap *Handphone* Android Samsung juga berjalan dengan baik. Citra merek terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa citra merek *Handphone* Android Samsung sudah baik di mata konsumennya dan citra merek *Handphone* Android Samsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di wilayah Jakarta Utara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRACT

**Roby Hermawan / 24100219 / 2014 / The Influence of Samsung Android Phone Brand Image Toward Consumer Purchasing Decisions in North Jakarta / Marketing Management / Advisor: Tumpal J.R Sitinjak, Ir., M.M.**

This research is motivated by so many Android mobile phones into Indonesia. With so many products available, consumers would simply be choosing a product that has a good brand image. In the middle of tight competition, the brand can be a weapon to attract the attention of consumers to buy a product. Consumers make the brand as one of the important considerations when trying to buy a product.

According to Kotler and Keller brand image is the perceptions and beliefs made by consumers, as reflected in the associations that occur in consumer memory. According to Schiffman and Kanuk purchasing decisions is choosing from among two or more alternatives.

The method used in this study is causal method. This method aims to learn why a variable can result in changes or influence on consumers' perceptions of a certain product. Data collection techniques used is by distributing questionnaires to 100 respondents. Measuring instrument used in this study is validity test, reliability test, descriptive analysis, regression analysis, and the classical assumption test.

The end result of this research is the analysis of questionnaire answers of 100 respondents. Consumers agree that the brand image of Samsung Mobile Android run well and the consumer purchase decision to the Android Mobile Samsung is also going well. Brand image proved a positive influence on consumer purchase decisions.

Based on the existing research results, it can be concluded that the brand image of Samsung Mobile Android is good in the sight of consumers and brand image of Samsung Mobile Android significantly influences the purchasing decisions of consumers in North Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek *Handphone* Android Samsung terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Jakarta Utara” dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi (S1) jurusan Manajemen pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (d/h IBII), Jakarta.

Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari peran serta banyak pihak yang terlibat dalam proses penulisan. Oleh karena ini penulis ingin menyampaikan rasa penghargaan dan terima kasih kepada berbagai pihak atas segala bantuan, pengetahuan, pengalaman, dan bimbingan baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat dijadikan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Tumpal J.R Sitinjak, Ir.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan pikiran, tenaga, serta meluangkan waktunya dan membimbing penulis dari awal sampai akhir dalam memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi baik dukungan moral maupun materil, serta selalu mendoakan penulis selama penulisan skripsi ini.
3. Teman-teman penulis yaitu Angellina, Michael, Ivan, dan Cindyana serta teman-teman yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan saran, motivasi, serta bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Staf perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu penulis dalam mencari data dan informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dari skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk lebih menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi penulis dan pembaca serta dapat menjadi inspirasi bagi penelitian berikutnya.

Jakarta, September 2014

Penulis

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# DAFTAR ISI



<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Batasan Penelitian.....	7
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Landasan Teoritis.....	9
1. Merek (Brand).....	9
a. Pengertian Merek.....	9
b. Manfaat Merek.....	11
c. Strategi Merek.....	12

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Mutu Merek.....	13
e. Karakteristik-Karakteristik Merek.....	13
2. Citra Merek (Brand Image).....	14
a. Pengertian Citra Merek.....	14
b. Dimensi Citra Merek.....	17
c. Strategi Meningkatkan Citra Merek.....	17
d. Kegunaan Citra Merek.....	18
e. Elemen-Elemen Asosiasi Merek yang Membentuk Citra Merek.....	18
3. Keputusan Pembelian.....	22
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
b. Tingkat Pengambilan Keputusan Konsumen.....	22
c. 4 Model Proses Pengambilan Keputusan.....	23
d. Tipe-Tipe Perilaku Pembelian.....	30
B Kerangka Pemikiran.....	33
C Hipotesis Penelitian.....	34
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
A Objek Penelitian.....	35
B Desain Penelitian.....	35
C Variabel Penelitian.....	37
a. Variabel Bebas (Independent Variable).....	37
b. Variabel Terikat (Dependent Variable).....	39
D Teknik Pengambilan Sampel.....	40
E Teknik Pengumpulan Data.....	41
F Teknik Analisis Data.....	41
1. Uji Validitas.....	42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





2. Uji Reliabilitas.....	42
3. Analisis Deskriptif.....	44
a. Prosentase.....	44
b. Rata-Rata.....	44
c. Rentang Skala.....	45
4. Analisis Regresi.....	46
5. Uji Asumsi Klasik.....	46
a. Uji Normalitas.....	46
b. Uji Heterokedastisitas.....	47
c. Uji Autokolerasi.....	47
6. Uji Keberartian Model (Uji F).....	49
7. Uji Signifikansi Koefisiensi (Uji t).....	49
8. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	50
<b>BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan (Obyek Penelitian).....	52
1. Sejarah Perusahaan.....	52
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	56
a. Visi Perusahaan.....	56
b. Misi Perusahaan.....	56
c. Produk Perusahaan.....	57
B. Analisis dan Pembahasan.....	59
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
a. Uji Validitas.....	59
b. Uji Reliabilitas.....	61
2. Analisis Data Kuisisioner.....	62

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a.	Analisis Profil Responden.....	62
3.	Analisis Deskriptif.....	65
a.	Analisis Dimensi Citra Merek.....	65
b.	Analisis Dimensi Keputusan Pembelian.....	70
4.	Uji Asumsi Klasik.....	72
a.	Uji Normalitas Residual.....	72
b.	Uji Heterokedastisitas.....	73
c.	Uji Autokolerasi.....	73
5.	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	74
a.	Uji F.....	74
b.	Uji t.....	75
c.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
C	Hasil Penelitian.....	76
1.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	76
2.	Profil Responden.....	77
a.	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
b.	Berdasarkan Usia.....	77
c.	Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	77
d.	Berdasarkan Pekerjaan.....	77
e.	Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	77
f.	Berdasarkan Kriteria yang Ditentukan.....	77
3.	Hasil Skala Variabel Penelitian.....	78
a.	Variabel Citra Merek.....	78
b.	Variabel Keputusan Pembelian.....	78
4.	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	78

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Hasil Uji F.....	78
b. Hasil Uji t.....	78
c. Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	78
D. Pembahasan.....	79
<b>BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Citra Merek.....	39
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 3.3	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokolerasi.....	48
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	59
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Reliabilitas Citra Merek.....	61
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.7	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	63
Tabel 4.8	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.9	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata dalam Sebulan.....	64
Tabel 4.10	Skor Rata-Rata Kualitas Handphone Samsung secara Keseluruhan Baik.....	65
Tabel 4.11	Skor Rata-Rata Desain Handphone Samsung secara Keseluruhan Menarik.....	65
Tabel 4.12	Skor Rata-Rata Handphone Samsung Memberikan Manfaat Sebagaimana Handphone pada Umumnya.....	66
Tabel 4.13	Skor Rata-Rata Handphone Samsung dapat Meningkatkan Rasa Percaya diri dan Gengsi.....	66
Tabel 4.14	Skor Rata-Rata Penggunaan Cristiano Ronaldo sebagai Bintang Iklan dapat Mendongkrak Penjualan Handphone Samsung.....	67
Tabel 4.15	Skor Rata-Rata Handphone Samsung Mencerminkan Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan/Modern.....	68

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Larangan menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa ijin IBIKKG.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

	1 Top 10 Android Smartphone Share.....	2
	2 Global Android Share.....	3
	1 Nilai Asosiasi Merek.....	15
	2 Model Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	28
	3 Kerangka Pemikiran.....	33
	1 Logo Samsung Electronics.....	52
	2 Digital-ε Company.....	57

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.16	Skor Rata-Rata Handphone Samsung memiliki Keunggulan yang Lebih Dibandingkan dengan Pesaingnya.....	68
Tabel 4.17	Skor Citra Merek Handphone Samsung.....	69
Tabel 4.18	Skor Rata-Rata Responden yang Berniat akan Membeli Handphone Samsung lagi pada Kesempatan Berikutnya.....	70
Tabel 4.19	Skor Rata-Rata Komitmen untuk Membeli Handphone Samsung pada Kesempatan Jangka Panjang Berikutnya.....	70
Tabel 4.20	Skor Keputusan Pembelian Handphone Samsung.....	71
Tabel 4.21	Uji Normalitas Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.22	Uji Heterokedastisitas Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.23	Uji Autokolerasi Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.24	Uji F Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.25	Uji t Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 4.26	Koefisien Determinasi Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	76

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

3. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencahkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan harus untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

4. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN



**© Hal Cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Lampiran 1	Pra Kuisioner.....	84
Lampiran 2	Data Pra Kuisioner.....	87
Lampiran 3	Hasil Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	89
Lampiran 4	Hasil Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	99
Lampiran 5	Kuisioner.....	101
Lampiran 6	Data Kuisioner.....	104
Lampiran 7	Profil Responden.....	107
Lampiran 8	Frekuensi Data.....	109
Lampiran 9	Uji Asumsi Klasik.....	112
Lampiran 10	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	113
Lampiran 11	Responden yang Menggunakan Handphone Android Samsung.....	114
Lampiran 12	Bintang Iklan Samsung Cristiano Ronaldo.....	115

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencairkan pencairan atau membayar royalti kepada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.