

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG
DI JAKARTA UTARA**

Oleh:

Nama: Tesa Leonika Natalia Sihotang

Nim: 78190408

Skripsi

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JANUARI 2024



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG
DI JAKARTA UTARA**

Oleh:

Nama: Tesa Leonika Natalia Sihotang

NIM: 78190408

Jakarta, 23 Januari 2024

Disetujui oleh:

Pembimbing

(Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JANUARI 2024

- 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.



ABSTRAK

Tesa Leonika Natalia Sihotang / 78190408 / 2019 / Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung / Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh timbulnya persaingan di pasar antara produk-produk lama dan kemunculan berbagai produk baru, terutama dalam kategori *smartphone*. Karena *smartphone* menjadi barang kebutuhan sehari-hari, ada persaingan yang semakin ketat di antara produsen *smartphone* untuk menarik pelanggan untuk membeli produk Samsung.

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah kualitas produk, citra merek, harga, dan keputusan pembelian.

Melalui metode kuesioner dengan menggunakan teknik *judgment sampling* dan teknik analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda terhadap 105 orang responden yang menggunakan *smartphone* Samsung. Pengujian hipotesis menggunakan koefisien regresi menunjukkan bahwa ke tiga variabel independen kualitas produk, citra merek, dan harga yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pembelian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen layak diuji sebagai variabel dependen keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan bahwa hasil koefisien regresi variabel kualitas produk 2,632, variabel citra merek 2,589, dan variabel harga 6,379.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Tesa Leonika Natalia Sihotang / 78190408 / 2019 / The Effect of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchasing Decisions for Samsung Smartphone / Dr. Drs Tony Sitinjak, M.M.

This research is motivated by the emergence of competition in the market between old products and the emergence of various new products, especially in the smartphone category. As smartphones are becoming a daily necessity item, there is growing competition among smartphone manufacturers to attract customers to buy Samsung products.

The theories used in research are product quality, brand image, price, and purchasing decisions.

Through the questionnaire method using judgment sampling techniques and data analysis techniques used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple regression analysis tests on 105 respondents who use Samsung smartphones. Hypothesis testing using the regression coefficient shows that the three independent variables of product quality, brand image, and price studied are proven to significantly influence the dependent variable Purchasing Decisions.

The results of the analysis show that product quality, brand image, and price have a positive effect on purchasing decisions. The *F* test shows that all independent variables are worth testing as the dependent variable on purchasing decisions. The *t* test result shows that the regression coefficient result of the product quality variable is 2.632, the brand image variable is 2.589, and the price variable is 6.379.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that product quality, brand image, and price have a positive effect on purchasing decisions for Samsung smartphones. The factor that influences this purchasing decisions is the price variable.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision

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



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis di Kwik Kian Gie School of Business.

Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, mendampingi, dan memberikan doa serta dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah memberikan waktu, arahan, pikiran, dan tenaga kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini samapi selesai;
2. Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si. selaku ketua program studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan dukungan dan bimbingan informasi mengenai skripsi selama penyelesaian skripsi;
3. Para dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membeirkan ilmu, nasehat, pengetahuan teori maupun pengalaman, dan bimbingan kepada peneliti sampai akhir perkuliahan;
4. Kedua orang tua tercinta, ketiga kakak tercinta Riko, Egi, dan Soni. Kedua adik tercinta Cika dan Cila, yang senantiasa mendukung dan memberikan kasih sayang serta doa yang tulus bagi peneliti;



5. Seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan baik berupa pengetahuan maupun moral selama proses dan penyelesaian skripsi;

6. Kepada Vi Shien dan Nia Kurnia Ningsih teman seperjuangan mengerjakan skripsi, peneliti mengucapkan terima kasih telah memberikan dukungan, mengerjakan skripsi bersama-sama

7. Responden yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk mengisi kuesioner dari penulis.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi pengolahan, pengumpulan maupun analisis data. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menjadi motivasi agar karya peneliti selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

Penulis juga berharap penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara” dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan pembaca. Atas perhatiannya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, Januari 2024

Tesa Leonika Natalia S



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Batasan Penelitian.....	7
1.5 Rumusan Masalah.....	7
1.6 Tujuan Penelitian	7
1.7 Manfaat Penelitian	8
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teoritis.....	9
2.1.1 Kualitas Produk.....	9
2.1.2 Citra Merek.....	13
2.1.3 Harga.....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31



2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4 Hipotesis	36
BAB III	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Obyek Penelitian	37
3.2 Disain Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.4 Lokasi Penelitian	40
3.5 Variabel Penelitian	41
3.5.1 Variabel Independen (Variabel Bebas).....	41
3.5.2 Variabel Depnden (Variabel Terikat).....	41
3.5.3 Kualitas Produk (X1).....	41
3.5.4 Citra Merek (X2).....	42
3.5.5 Harga (X3).....	43
3.5.6 Keputusan Pembelian (Y).....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.7 Pengolahan Data dan Analisis	46
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	46
3.7.2 Uji Instrumen.....	48
3.7.3 Analisis Regresi Ganda.....	50
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.5 Uji Hipotesis.....	52
BAB IV	54
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
4.2 Analisis Deskriptif.....	55



4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
4.2.2	Profile Responden.....	60
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	63
4.2.4	Analisis Uji Asumsi Klasik.....	69
4.2.5	Analisis Regresi Linear Ganda.....	72
4.2.6	Uji Hipotesis.....	73
4.3	Hasil Penelitian.....	75
4.4	Pembahasan	76
BAB V		78
KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN		83

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



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Indikator Kualitas Produk.....	42
Tabel 3.2 Indikator Citra Merek.....	43
Tabel 3.3 Indikator Harga.....	44
Tabel 3.4 Indikator Keputusan Pemebelian.....	45
Tabel 3.5 Tabel Skala Likert	46
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X1).....	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel Citra Merek (X2)	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel Harga (X3).....	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Pra-Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Pra Kuesioner	60
Tabel 4.6 Persentase Responden yang Membeli <i>Smartphone</i> Samsung	60
Tabel 4.7 Persentase Responden yang Menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung.....	61
Tabel 4.8 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.9 Persentase Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.10 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan	62
Tabel 4.11 Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk.....	63
Tabel 4.12 Skor Rata-Rata Variabel Citra Merek	65
Tabel 4.13 Skor Rata-Rata Variabel Harga.....	66
Tabel 4.14 Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Multokolonieritas.....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71



Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Kesesuaian Model	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Regresi.....	73

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.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Merek <i>Smartphone</i> yang paling sering digunakan dalam setahun terakhir	4
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian.....	26
Gambar 2.2 Empat Jenis Perilaku Pembelian.....	28
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir Penelitian	36
Gambar 4.1 Rentang Skala Variabel Kualitas Produk (X1).....	64
Gambar 4.2 Rentang Skala Variabel Citra Merek (X2)	65
Gambar 4.3 Rentang Skala Variabel Harga (X3)	67
Gambar 4.4 Rentang Skala Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	83
Lampiran 2 Data Pra-Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X1)	88
Lampiran 3 Data Pra Kuesioner Variabel Citra Merek (X2)	89
Lampiran 4 Data Pra-Kuesioner Variabel Harga (X3)	90
Lampiran 5 Data Pra-Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	91
Lampiran 6 Data Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X1).....	92
Lampiran 7 Data Kuesioner Variabel Citra Merek (X2)	96
Lampiran 8 Data Kuesioner Variabel Harga (X3).....	100
Lampiran 9 Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	104
Lampiran 10 Uji Kualitas Data	108
Lampiran 11 Uji Statistik Deskriptif.....	111
Lampiran 12 Uji Asumsi Klasik	113
Lampiran 13 Uji Hipotesis.....	115

**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Tessa Leonika Natalia Sihotang

NIM : 78190408 Tanggal Sidang : 28 Februari 2024

Judul Karya Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Jakarta Utara

Jakarta, Rebu / 13 Maret 2024

Mahasiswa/I

Natalia

(Tessa L N Sihotang.)

Pembimbing

M. Satrio Nugroho

(Tasya Satrio Nugroho.)

③ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

