

# **PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG**

**C Hak cipta milik IBI KKG (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.

**Diajukan Oleh :**

**Nama: Hendrawan Tanu Djaya**

**NIM : 26209135**

**Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**FEBRUARI 2024**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



## PENGESAHAN

# PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG

**Diajukan Oleh**

**Nama: Hendrawan Tanu Djaya**

**NIM : 26209135**

**Jakarta, 13 Februari 2024**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**

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

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2024**

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

Hendrawan Tanu Djaya / 26209135 / Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung / Pembimbing : Dr. Tony Sitinjak, M.M.

*Smartphone* saat ini sudah menjadi kebutuhan primer orang banyak. Dengan *smartphone* orang dapat mudah berkomunikasi dengan orang lain, mengakses internet, kamera, pemutar musik, bahkan bermain game. Samsung adalah salah satu merek produsen *smartphone* terbesar saat ini yang memfokuskan produknya kepada *smartphone* dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan. Namun *Samsung*, sebagai pemimpin pasar, menghadapi tantangan untuk mempertahankan citra merek dan mempengaruhi persepsi harga agar dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi dari citra merek, persepsi harga, dan keputusan pembelian. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara citra merek dengan keputusan pembelian, dan persepsi harga dengan keputusan pembelian.

Obyek penelitian ini adalah *Smartphone Samsung*. Sampel penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan *Smartphone Samsung*. Teknik pengambilan sampel adalah Non-Probability Sampling dengan menggunakan Judgemental Sampling. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui media Google Form untuk memperoleh 95 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah dengan menggunakan SPSS *version 25*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek untuk alpha 5% tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan untuk alpha 10% citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Sehingga jika semakin positif citra merek dan semakin sesuai harga maka semakin cepat pengambilan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin positif citra merek maka semakin cepat pengambilan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan dan semakin sesuai harga maka semakin cepat pengambilan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.



## ABSTRACT

Hendrawan Tanu Djaya / 26209135 / *Analysis of the Influence of Brand Image and Price Perception to Affect Consumer Purchase Decision on Samsung Smartphone* / Advisor :  
Dr. Tony Sitinjak, M.M.

*Smartphone is now a primary need for many people. With smartphones people can easily communicate with other people, access the internet, cameras, music players, even playing games. Samsung is one of the largest smartphone manufacturer brands today that focuses its products on smartphones at affordable prices for all people. But Samsung, as a market leader, faces challenges to maintain brand image and influence price perceptions in order to influence consumer purchasing decisions.*

*The theory used to support this writing is the definition of brand image, price perception, and purchasing decisions. Then supported by the theory of the relationship between brand image and purchasing decisions, and price perceptions with purchasing decisions.*

*The object of this research is a Samsung smartphone. This research sample is people who use Samsung smartphones. The sampling technique is a non-probability sampling using judgemental sampling. The sample collection was done by distributing questionnaires through the Google Form media to obtain 95 respondents. The data analysis technique used for testing models and data processing is to use SPSS version 25.*

*This study shows that the brand image for Alpha 5% has no effect on purchasing decisions, while for Alpha 10% brand image has a positive and significant effect on the purchasing decisions of Samsung smartphones. Price perception has a positive and significant effect on the purchasing decision of Samsung smartphones. So that if the more positive brand image and the more price according to the price, the faster the purchase decision to the products offered.*

*The conclusion of this research is that the more positive the brand image, the faster the purchasing decision will be made regarding the product being offered and the more appropriate the price, the faster the purchasing decision will be made regarding the product being offered.*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan Proposal ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta saran untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi.
3. Seluruh karyawan dan staf Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah banyak membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
4. Keluarga saya yang senantiasa mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberi semangat selama penyusunan skripsi ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan Proposal hingga dapat terselesaikan dengan baik.



Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak kekurangan. Namun, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik, semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, 13 Februari 2024

Hendrawan Tanu Djaya

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

|                                 |      |
|---------------------------------|------|
| PENGESAHAN .....                | i    |
| ABSTRAK .....                   | ii   |
| ABSTRACT .....                  | iii  |
| KATA PENGANTAR .....            | iv   |
| DAFTAR ISI .....                | vi   |
| DAFTAR TABEL .....              | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....             | ix   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....           | x    |
| BAB I .....                     | 1    |
| PENDAHULUAN .....               | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah ..... | 1    |
| B. Identifikasi Masalah .....   | 8    |
| C. Batasan Masalah .....        | 8    |
| D. Batasan Penelitian .....     | 8    |
| E. Rumusan Masalah .....        | 9    |
| F. Tujuan Penelitian .....      | 9    |
| G. Manfaat Penelitian .....     | 9    |
| BAB II .....                    | 10   |
| TENJAUAN PUSTAKA .....          | 10   |
| A. Landasan Teoritis .....      | 10   |
| B. Penelitian Terdahulu .....   | 24   |
| C. Kerangka Pemikiran .....     | 29   |
| BAB III .....                   | 30   |
| METODE PENELITIAN .....         | 31   |
| A. Objek Penelitian .....       | 31   |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



|                                     |                                                   |    |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------|----|
| B.                                  | Desain Penelitian .....                           | 31 |
| C.                                  | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 33 |
| D.                                  | Teknik Pengambilan Sampel .....                   | 36 |
| E.                                  | Teknik Pengumpulan Data.....                      | 37 |
| F.                                  | Teknik Analisis Data.....                         | 37 |
| BAB IV.....                         |                                                   | 44 |
| HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN ..... |                                                   | 44 |
| A.                                  | Gambaran Umum Objek Penelitian.....               | 44 |
| B.                                  | Uji Validitas dan Reliabilitas .....              | 45 |
| C.                                  | Analisis Deskriptif.....                          | 49 |
| D.                                  | Hasil Penelitian.....                             | 58 |
| E.                                  | Hasil Penelitian.....                             | 63 |
| BAB V .....                         |                                                   | 65 |
| KESIMPULAN DAN SARAN .....          |                                                   | 65 |
| A.                                  | Kesimpulan.....                                   | 65 |
| B.                                  | Saran .....                                       | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                |                                                   | 67 |

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

|                         |    |
|-------------------------|----|
| <b>Tabel 1.1</b> .....  | 3  |
| <b>Tabel 1.2</b> .....  | 5  |
| <b>Tabel 2.1</b> .....  | 24 |
| <b>Tabel 2.2</b> .....  | 25 |
| <b>Tabel 2.3</b> .....  | 26 |
| <b>Tabel 2.4</b> .....  | 27 |
| <b>Tabel 2.5</b> .....  | 28 |
| <b>Tabel 3.1</b> .....  | 34 |
| <b>Tabel 3.2</b> .....  | 34 |
| <b>Tabel 3.3</b> .....  | 35 |
| <b>Tabel 3.4</b> .....  | 39 |
| <b>Tabel 4.1</b> .....  | 45 |
| <b>Tabel 4.2</b> .....  | 46 |
| <b>Tabel 4.3</b> .....  | 47 |
| <b>Tabel 4.4</b> .....  | 49 |
| <b>Tabel 4.5</b> .....  | 50 |
| <b>Tabel 4.6</b> .....  | 50 |
| <b>Tabel 4.7</b> .....  | 51 |
| <b>Tabel 4.8</b> .....  | 52 |
| <b>Tabel 4.9</b> .....  | 53 |
| <b>Tabel 4.10</b> ..... | 55 |
| <b>Tabel 4.11</b> ..... | 58 |
| <b>Tabel 4.12</b> ..... | 59 |
| <b>Tabel 4.13</b> ..... | 60 |
| <b>Tabel 4.14</b> ..... | 60 |
| <b>Tabel 4.15</b> ..... | 61 |
| <b>Tabel 4.16</b> ..... | 62 |
| <b>Tabel 4.17</b> ..... | 63 |



## DAFTAR GAMBAR

|                 |    |
|-----------------|----|
| Gambar 1.1..... | 4  |
| Gambar 2.1..... | 21 |
| Gambar 3.1..... | 40 |
| Gambar 4.1..... | 44 |
| Gambar 4.2..... | 53 |
| Gambar 4.3..... | 54 |
| Gambar 4.4..... | 57 |

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 LAMPIRAN

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Lampiran 1: Kuesioner.....</b>                                     | <b>69</b> |
| <b>Lampiran 2: Profil Responden.....</b>                              | <b>74</b> |
| <b>Lampiran 3: Data Kuesioner 95 responden .....</b>                  | <b>78</b> |
| <b>Lampiran 4: Hasil output SPSS Profil Responden .....</b>           | <b>90</b> |
| <b>Lampiran 5: Hasil output rata- rata dan interval.....</b>          | <b>90</b> |
| <b>Lampiran 6: Hasil output SPSS uji Validitas Reliabilitas .....</b> | <b>93</b> |
| <b>Lampiran 7: Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....</b>                 | <b>95</b> |
| <b>Lampiran 8: Hasil output pengujian regresi berganda .....</b>      | <b>97</b> |
| <b>Lampiran 9: Hasil Turnitin .....</b>                               | <b>98</b> |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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