

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

DINA FRENTI OKVIRA HUTABARAT

NBI : 1211900020

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Di Ajukan Oleh :
Dina Frenti Okvira Hutabarat
NBI : 1211900020

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Di Ajukan Oleh :

Dina Frenti Okvira Hutabarat

NBI : 1211900020

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Dina Frenti Okvira Hutabarat
NBI : 1211900020
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 03 Januari 2023
Mengetahui / Menyetujui
Dosen Pembimbing,



Dr. Nanis Susanti, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 09 Januari 2023.

TIM PENGUJI :

1. Dr. Nanis Susanti, M.M. - Ketua
2. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. - Anggota
3. Dra. Ec. Sri Budi Kasiyati, M.M. - Anggota



Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
D e k a n,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Dina Freni Okvira Hutabarat (L / P)
2. NBI : 1211900020
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3503097009970001
6. Alamat Rumah (KTP) : Dusun Banaran RT 021 RW 008 Desa Depok
Kecamatan Bendungan, Kabupaten Trenggalek

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”.

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 03 Januari 2023

Yang Membuat,



Dina Freni Okvira Hutabarat



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ext. 311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Dina Frenti Okvira Hutabarat

NBI : 1211900020

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek

Demi perkembangan ilmu pengetahuan saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul :

**“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal : 27 Januari 2023

Yang Menyatakan,



(Dina Frenti Okvira Hutabarat)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”.

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program pendidikan Strata Satu Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Dr. Nanis Susanti, M.M. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk diizinkan melakukan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Mulyanto Nugroho, M.M., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 yang telah memberikan pelajaran, ilmu pengetahuan, serta pengalaman yang sangat berharga bagi saya.
6. Untuk kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil serta doa kepada saya. Serta sanak saudara dan kerabat dari keluarga yang

tidak pernah berhenti memberi semangat kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang secara tidak langsung memberikan bantuan kepada saya dalam proses mengerjakan skripsi ini.
8. Bapak Edwin selaku ASL Samsung Experience Store Galaxy Mall 2 Surabaya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian *smartphone* Samsung.
9. Untuk teman-teman yang sudah bersama selama beberapa tahun ini dan saling memberikan dukungan untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, semangat dan do'a kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah "*Bahagia lah secukupnya, sedih seperlunya, mencintai sewajarnya, membenci sekadarnya, dan bersyukur lah sebanyak-banyaknya.*" Karena semakin banyak kita bersyukur, semakin banyak pula kebahagiaan hidup yang akan kita dapatkan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 03 Januari 2023

Penulis



Dina Frenti Okvira Hutabarat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Populasi dalam penelitian ini yakni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang menggunakan *smartphone* Samsung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 96 responden. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, berasal dari sumber data primer (*primary data*) dengan menggunakan kuesioner. Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Hasil uji t menyatakan bahwa citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yakni sebesar 48% sedangkan untuk sisanya sebesar 52% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti. Pada hasil temuan analisis dapat disimpulkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh paling dominan diantara variabel yang lainnya.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to prove and analyze the influence of brand image, product quality and price perceptions on Samsung smartphone purchasing decisions on students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya who used Samsung smartphones. The sampling technique used purposive sampling with a sample of 96 respondents. The type of data used is quantitative data, derived from primary data sources (primary data) using a questionnaire. Test instruments used in this study are validity and reliability tests. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis, with hypothesis testing using the t test, F test, and the coefficient of determination (R^2).

The results of this study indicate that all indicators used in this study are valid and reliable. The results of the t test state that brand image partially has a significant effect on purchasing decisions. Product quality partially has a significant effect on purchasing decisions. Perceived price partially has a significant effect on purchasing decisions. The results of the F test show that brand image, product quality and price perceptions simultaneously have a significant effect on the purchase decision of a Samsung smartphone for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya. While the results of the test for the coefficient of determination (R^2) show the effect of the independent variable on the dependent variable, which is 48%, while the remaining 52% is influenced by other variables outside the model studied. The findings can be interpreted that the perception of price has the most dominant influence among other variables.

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

RINGKASAN

Samsung adalah perusahaan teknologi dan elektronik terbesar di dunia berdasarkan pendapatannya. Pada awalnya perusahaan Samsung didirikan oleh Lee Byung Chul pada tahun 1938 secara bertahap hingga berkembang menjadi korporasi multinasional seperti saat ini. Samsung merupakan produsen *smartphone* terpopuler di dunia, terutama di Asia. Keberhasilan perusahaan Samsung sebagai salah satu penyedia teknologi dan elektronik hingga kini terus berkembang menuju pasar internasional. Banyak kompetitor lain yang mencoba untuk menggeser kekuasaan Samsung. Persaingan tersebut sangat ketat, dimana sejumlah produsen *smartphone* lain berjuang untuk menguasai pangsa pasar, dengan menawarkan berbagai perangkat yang serupa dengan harga yang lebih terjangkau.

Berdasarkan pengamatan peneliti, bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap *smartphone* Samsung dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang merupakan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, yakni apakah citra merek, kualitas produk dan persepsi harga secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang beralamat di Jalan Semolowaru No. 45, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60118. Adapun waktu penelitian dilakukan mulai bulan November-Desember 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang menggunakan *smartphone* Samsung. Jumlah sampel yang digunakan adalah 96 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yang berasal dari sumber data primer, yaitu dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek menghasilkan t_{hitung} 2,042 yang lebih kecil dari t_{tabel} 1,986 dengan nilai signifikan $0,044 < 0,05$ sehingga hipotesis terbukti kebenarannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sedangkan variabel kualitas menghasilkan nilai t_{hitung} 3,830 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,986 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis terbukti kebenarannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dan variabel persepsi harga menghasilkan nilai t_{hitung} 3,834 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,986 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis terbukti kebenarannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Hasil uji F pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $30,224 > 2,70$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Citra merek, kualitas produk dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

SUMMARY

Samsung is the world's largest technology and electronics company by revenue. Initially, the Samsung company was founded by Lee Byung Chul in 1938, gradually developing into the multinational corporation it is today. Samsung is the most popular smartphone manufacturer in the world, especially in Asia. Samsung's success as a provider of technology and electronics continues to expand towards international markets. Many other competitors are trying to divert power from Samsung. Competition is very tight, where a number of other smartphone manufacturers are fighting for market share by offering a variety of similar devices at more affordable prices.

Based on the observations of researchers that consumer purchasing decisions for Samsung smartphones are influenced by several factors which are the problems examined in this study, namely whether brand image, product quality and price perceptions partially or simultaneously affect the purchasing decision of Samsung smartphones in students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya.

This research was conducted at the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya, which is located at Semolowaru Street Number 45 Sukolilo District, Surabaya City, East Java 60118. The study was conducted from November to December 2022. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya who used Samsung smartphones. The number of samples used was 96 respondents with a sampling technique using purposive sampling. The type of data used is quantitative data derived from primary data sources, namely by using a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, by testing the hypothesis using a partial test (t test), simultaneous test (F test), and test the coefficient of determination (R^2).

The results of the t test in this study indicate that the brand image variable produces a t count of 2,042 which is smaller than a t table of 1.986 with a significant value of $0.044 < 0.05$ so that the hypothesis is proven true. Thus it can be concluded that the brand image variable has a significant effect on the purchase decision of a Samsung smartphone for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya. While the quality variable produces a t -count value of 3.830 which is greater than t -table 1.986 with a significant value of $0.000 < 0.05$ so that the hypothesis is proven true. Thus it can be concluded that the variable product quality has a significant effect on the decision to purchase a Samsung smartphone for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17

August 1945 Surabaya. And the price perception variable produces a t-count value of 3.834 which is greater than t-table 1.986 with a significant value of $0.000 < 0.05$ so that the hypothesis is proven true. Thus it can be concluded that the price perception variable has a significant effect on the decision to purchase a Samsung smartphone for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya.

The results of the F test in this study stated that the variables of brand image, product quality and price perception simultaneously had a significant effect on the purchase decision of a Samsung smartphone for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya. This is evidenced by the F count $> F$ table, namely $30.224 > 2.70$ with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Based on the results of the research and discussion previously described, it can be concluded as follows:

- 1. Brand image partially has a significant effect on the decision to purchase a Samsung smartphone for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya.*
- 2. Partially, product quality has a significant effect on Samsung smartphone purchasing decisions for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya.*
- 3. Perceived price partially has a significant effect on the decision to purchase a Samsung smartphone for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya.*
- 4. Brand image, product quality and price perception simultaneously have a significant effect on the purchase decision of a Samsung smartphone for students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya.*

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
RINGKASAN	xi
<i>SUMMARY</i>	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Akademis	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran	10

2.1.4	Perilaku Konsumen.....	11
2.1.5	Citra Merek.....	13
2.1.6	Kualitas Produk	17
2.1.7	Persepsi Harga	21
2.1.8	Keputusan Pembelian	24
2.2	Penelitian Terdahulu	28
2.3	Hubungan Antar Variabel Penelitian	33
2.3.1	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.2	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.3	Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.4	Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4	Kerangka Konseptual.....	35
2.5	Hipotesis Penelitian	36
BAB III. METODE PENELITIAN		37
3.1	Desain Penelitian	37
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.2.1	Lokasi Penelitian	37
3.2.2	Waktu Penelitian	37
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Sumber Data	38
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.4.1	Populasi Penelitian	38
3.4.2	Sampel Penelitian	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.6.1	Definisi Variabel	40
3.6.2	Definisi Operasional Variabel	41

3.7	Proses Pengolahan Data.....	44
3.8	Metode Analisis Data	45
3.9	Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas)	45
3.9.1	Uji Validitas	45
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.10	Teknik Analisis Data dan Teknik Pengujian Hipotesis	46
3.10.1	Teknik Analisis Data	46
3.10.2	Teknik Pengujian Hipotesis	48
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan Samsung	51
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan Samsung.....	51
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan Samsung.....	52
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Karakteristik Responden.....	52
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden	54
4.3	Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)	60
4.3.1	Uji Validitas	60
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	63
4.4	Uji Asumsi Klasik	64
4.4.1	Uji Normalitas Data.....	64
4.4.2	Uji Multikolinearitas	64
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	65
4.5	Analisis Data	66
4.5.1	Regresi Linear Berganda	66
4.5.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.6	Pengujian Hipotesis	68
4.6.1	Uji t (Uji Signifikansi Parsial)	68

4.6.2 Uji F (Uji Signifikansi Simultan).....	69
4.7 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	69
4.7.1 Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	69
4.7.2 Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	70
4.7.3 Pengaruh Variabel Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	70
4.7.4 Pengaruh Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.8 Implikasi Penelitian	71
4.9 Keterbatasan Penelitian	72
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
5.2.1 Saran untuk Perusahaan Samsung.....	73
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Samsung.....	52
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori <i>Smartphone</i> Tahun 2018-2021	3
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	54
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Citra Merek (X_1)	55
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Kualitas Produk (X_2).....	56
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Persepsi Harga (X_3).....	58
Tabel 4.7 Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1).....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X_3)	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Data	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial).....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan)	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2 Data Responden	86
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden	89
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	103
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	108
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	109
Lampiran 7 Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	110
Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi	112
Lampiran 9 Surat Persetujuan Mengadakan Penelitian	113