

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
MEREK SAMSUNG PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

MOCH. AINUR ROFI'
NBI : 1212000139

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

2024

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK
SAMSUNG PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



OLEH :
MOCH. AINUR ROFI'
NBI : 1212000139

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK
SAMSUNG PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI

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

Oleh :

MOCH. AINUR ROFI'

NBI : 1212000139

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Moch. Ainur Rofi'

NBI : 1212000139

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : **"Analisis Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya"**

Surabaya, 18 Desember 2023

Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing



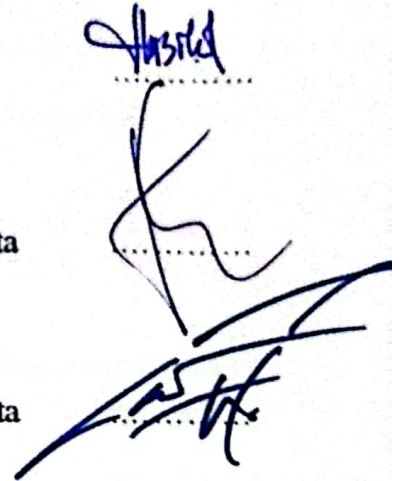
Dr. Nanis Susanti, M.M

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKIRPSI

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 Ekonomi pada tanggal 08 Januari 2024.

TIM PENGUJI :

1. Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti, MM - Ketua
2. Dr. Hotman Panjaitan, M.T., M.M - Anggota
3. Dr. Ahmad Yanu Alif Fianto., ST., MBA - Anggota



Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Moch. Ainur Rofi' (L / P-)
2. NBI : 1212000139
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578171603010002
6. Alamat Rumah (KTP) : Jalan Kedinding Tengah IX no 49a

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“Analisis Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek, terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Program Studi Manajemen 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 bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atau perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 02 Januari 2024

Yang Membuat,





UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : 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 : Moch. Ainur Rofi'

NPM : 1212000139

Fakultas : Ekonomi dan

BisnisProgram 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 Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, ataskarya saya yang berjudul:

“ANALISIS KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANEJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya Pada Tanggal : 22 Januari 2024



**Coret yang tidak perlu*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen. Ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya saya tujukkan kepada :

1. Dr. Nanis Susanti, M.M. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan wawasan baru. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkulihan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CP. 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.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si, Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkulihan pada Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manjemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk diperbolehkan melaksanakan peelitian. Dan terima kasih juga saya ucapkan karena telah membantu kelancaran proses perkulihan saya.
5. Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti,MM. selaku ketua penguji dan Dr. Ahmad Yanu Alif Fianto., ST., MBA. Serta Dr. Hotman Panjaitan, M.T., M.M. selaku penguji, dalam siding skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan sidang berlangsung. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkulihan saya.
6. 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 terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “*Jadilah orang yang bermanfaat untuk orang lain*”. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca sekian dan terima kasih.

Surabaya, 18 Desember 2023

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Populasi dalam penelitian ini yakni mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. 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 instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas. Analisa data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F, serta koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini terbukti valid dan reliabel. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menyatakan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen yakni sebesar 78,7 % sedangkan untuk sisanya 21,3 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

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

ABSTRACT

This study aims to prove and analyze the effect of product quality, price perception, and brand image on purchasing decisions for Samsung smartphones for students of the Management Study Program 17 August 1945 Surabaya University. The population in this study were students of the Management Study Program at the University of 17 August 1945 Surabaya. The sampling technique used was purposive sampling with a sample size of 96 respondents. The type of data used is quantitative data, derived from primary data sources (primary data) using a questionnaire. The instrument tests used in this research are validity and reliability tests. The data analysis used is multiple linear regression analysis, with hypothesis testing using the t test and F test, and the coefficient of determination (R^2).

The results of this study indicate that all indicators used in this study have proven to be valid and reliable. The t-test results show that product quality partially has a significant effect on purchasing decisions. Price perception partially has a significant effect on purchasing decisions. Brand image partially has a significant effect on purchasing decisions. The results of the F test state that product quality, price perception, and brand image simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for Samsung smartphones for students of the Management Study Program, 17 August 1945 Surabaya University. Meanwhile, the results of the coefficient of determination (R^2) test show that the effect of the independent variable on the dependent variable is 78.7%, while the remaining 21.3% is influenced by other variables outside the model studied.

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

RINGKASAN

Samsung dirintis oleh Lee Byung-chul dengan bisnis awal yang digeluti adalah toko kelontong yang menjual berbagai macam kebutuhan pokok, seperti ikan kering, tepung, dan sayuran. Arti kata Samsung adalah "tiga bintang", dengan angka tiga melambangkan "sesuatu yang kuat".

Uji t antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian, hasil pengolahan data pada tabel 4.16 variabel kualitas produk (X_1) diperoleh $t_{hitung} 2,267$ yang lebih kecil dari $t_{tabel} 1,986$ dengan nilai signifikan $0,026 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Uji t antara variabel persepsi harga terhadap keputusan pembelian, hasil pengolahan data pada tabel 4.16 variabel persepsi harga (X_2) diperoleh $t_{hitung} 6,211$ yang lebih kecil dari $t_{tabel} 1,986$ dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Uji t antara variabel citra merek terhadap keputusan pembelian, hasil pengolahan data pada tabel 4.16 variabel kualitas produk (X_3) diperoleh $t_{hitung} 5,565$ yang lebih kecil dari $t_{tabel} 1,986$ dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Uji F variabel kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.15 diperoleh F_{hitung} , , sedangkan nilai F_{tabel} yang didapat dari tabel statistic adalah 2,70. Sehingga didapatkan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $118,133 > 2,70$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara simultan kualitas produk (X_1), persepsi harga (X_2), dan citra merek (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

SUMMARY

Samsung was started by Lee Byung-chul with the initial business being a grocery store that sold a variety of basic necessities, such as dried fish, flour, and vegetables. The meaning of the word Samsung is "three stars", with the number three symbolising "something strong".

The t test between product quality variables on purchasing decisions, the results of data processing in table 4.16 product quality variables (X1) obtained t count 2.267 which is smaller than t table 1.986 with a significant value of $0.026 < 0.05$ so it can be concluded that the product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions for Samsung smartphones for students of the Management Study Program, 17 August 1945 University of Surabaya. The t test between the price perception variable and purchasing decisions, the results of data processing in table 4.16 of the price perception variable (X2) obtained t count 6.211 which is smaller than t table 1.986 with a significant value of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that the price perception variable has a positive and significant effect on purchasing decisions for Samsung smartphones for students of the Management Study Program, University of 17 August 1945 Surabaya. The t test between the brand image variable on purchasing decisions, the results of data processing in table 4.16 of the product quality variable (X3) obtained t count 5.565 which is smaller than t table 1.986 with a significant value of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that the brand image variable has a positive and significant effect on purchasing decisions for Samsung smartphones for students of the Management Study Program, University of 17 August 1945 Surabaya.

The F test of product quality variables, price perceptions, and brand image has a significant influence on purchasing decisions. Based on the results of the F test in table 4.15, the F count is obtained, while the F table value obtained from the statistical table is 2.70. So that the results obtained $F \text{ count} > F \text{ table}$, namely $118.133 > 2.70$ with a significance value of $0.00 < 0.05$. So it can be concluded that simultaneously product quality (X1), price perception (X2), and brand image (X3) have an effect on purchasing decisions for Samsung smartphones for Management Study Program Students, 17 August 1945 University Surabaya.

DAFTAR ISI

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

2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran	11
2.1.4 Perilaku Konsumen	12
2.1.5 Kualitas Produk.....	14
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.1.5.2 Dimensi Kualitas Produk	15
2.1.5.3 Indikator Kualitas Produk.....	15
2.1.6 Persepsi Harga.....	16
2.1.6.1 Pengertian Persepsi Harga	16
2.1.6.2 Dimensi Persepsi Harga	17
2.1.6.3 Indikator Persepsi Harga.....	17
2.1.7 Citra Merek	18
2.1.7.1 Pengertian Citra Merek	18
2.1.7.2 Dimensi Citra Merek	18
2.1.7.3 Indikator Citra Merek	19
2.1.8. Keputusan Pembelian.....	20
2.1.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.1.8.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	21
2.1.8.3 Proses Keputusan Pembelian	21
2.1.8.4 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
2.1.9 Penelitian Terdahulu.....	23
2.2 Hubungan Antar Variabel Penelitian	27
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.2.2 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.2.3 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.2.4 Hubungan Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3 Kerangka Konseptual.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN.....	33

3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.2.1 Tempat Penelitian	33
3.2.2 Waktu Penelitian.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.3.1 Jenis Data.....	33
3.3.2 Sumber Data	34
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.4.1 Populasi Penelitian.....	34
3.4.2 Sampel Penelitian	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	36
3.6.1 Definisi Variabel	36
3.6.1.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	36
3.6.1.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	37
3.6.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.6.2.1 Kualitas Produk.....	37
3.6.2.2 Persepsi Harga	38
3.6.2.3 Citra Merek.....	38
3.6.2.4 Keputusan Pembelian (Y).....	39
3.7 Proses Pengolahan Data	40
3.8 Metode Analisis Data	40
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	40
3.9.1 Teknik Pengujian Hipotesis.....	40
3.9.1.1 Uji t (Uji Signifikansi Parsial)	41
3.9.1.2 Uji F (Signifikansi Simultan).....	41
3.9.2 Teknik Analisa Data	41

3.9.2.1 Uji Validitas.....	42
3.9.2.2 Uji Reabilitas.....	42
3.9.2.3 Uji Asumsi Klasik	42
3.9.2.4 Regresi Linear Berganda.....	43
3.9.2.5 Koefisien Determinasi.....	44
BAB IV. HASIL PEELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Samsung	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Samsung	45
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan Samsung.....	45
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	46
4.3 Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas).....	51
4.3.1 Uji Validitas	51
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.4 Analisa Data.....	54
4.4.1 Uji Normalitas Data.....	54
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	55
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	55
4.4.4 Regresi Linear Berganda	56
4.4.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.5 Pengujian Hipotesis.....	58
4.5.1 Uji t (Uji Signifikansi Parsial).....	58
4.5.2 Uji F (Uji Signifikasni Simultan).....	60
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	60
4.6.1 Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.6.2 Pengaruh Variabel Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.3 Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.4 Pengaruh Variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	62
4.7 Implikasi Penelitian.....	62

4.8 Keterbatasan Penelitian.....	62
BAB V. PENUTUP	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	65
5.2.1 Saran untuk Perusahaan Samsung	65
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Susunan Struktur Organisasi	46
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index kategori <i>Smartphone</i> pada tahun 2019 – 2022	3
Tabel 1.2 Harga <i>Smartphone</i> Samsung Berbagai Jenis	3
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X_1)..	47
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga (X_2)....	48
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X_3)	49
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produ(X_1).....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X_2).....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_3)	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4.9 Hasil Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Data	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial).....	59
Tabel 4.15 Hasil Hasil Uji F	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Quesioner	71
Lampiran 2 Surat Persetujuan Penelitian	75
Lampiran 3 Foto Copy Kartu Bimbingan	76
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	77
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	80
Lampiran 7 Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	82
Lampiran 8 Hasil Turnitin	84