

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE*
SAMSUNG BERBASIS ANDROID**

(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)

Diajukan sebagai salah satu syarat

Memperoleh gelar sarjana strata 1



Disusun oleh :

Nama : FALDHY ISTIQFARI BAHAR

NIM : 51412006

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN

JUNI 2017

Skripsi berjudul

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA
DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Faldhy Istiqfari Bahar

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi
dan bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi
bagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Ekonomi program studi manajemen.

Madiun, Juli 2017

disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601

Pembimbing II

Ardianus Laurens Paulus, M.Sc.
NIDN. 0721048301

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi dan bisnis

Unika Widya Mandala Madiun

Mujilan, S.E., M.Sc.
NIDN. 0702067703

Ketua Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Unika Widya Mandala Madiun

Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

Skripsi berjudul

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA
DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG BERBASIS ANDROID
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

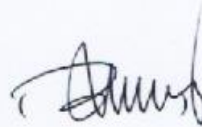
Faldhy Istiqfari Bahar (NIM : 51412006)

Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima, guna mencapai sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Madiun, 24 Juli 2017

Tim Penguji Skripsi

1. Veronica Agustini Srimulyani, S.E., M.Si.
NIDN. 0717087201



2. Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001



3. Ardianus Laurens Paulus, M.Sc.
NIDN. 0713126601



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG BERBASIS ANDROID DI UNIVERSITAS WIDYA MANDALA MADIUN”** tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebut dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Bilamana dikemudian hari terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal, dan gelar kesarjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa dibatalkan.

Madiun, 24 Juli 2017



Faldhy Istiqari Dani

Motto dan Persembahan

“Bersikaplah kukuh seperti batu karang yang tidak putus-putusnya dipukul ombak. Ia tidak saja tetap berdiri kukuh, bahkan ia menenteramkan amarah ombak dan gelombang itu” #Marcus Aurelius

“Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya menang”

Penulis mempersembahkan kepada

1. Orang tua tercinta
2. Keluarga
3. Teman-temanku
4. Pendampingku kelak
5. Almamaterku

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian *handphone* samsung pada mahasiswa Universitas Widya Mandala Madiun. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa di Universitas Widya Mandala Madiun. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Teknik analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menemukan variabel citra merek, kualitas produk, dan iklan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu perusahaan tetap harus memperhatikan desain, kualitas, harga dan informasi tentang mutu produk dengan merek lain untuk meningkatkan keputusan pembelian. Kedepan pihak perusahaan harus lebih baik dalam menyampaikan informasi tentang keseluruhan yang terkait produk agar konsumen puas.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, harga, iklan, keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur, atas berkat dan rahmat Allah SWT, serta dukungan dan partisipasi dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG BERBASIS ANDROID (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)”**.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat serta doa selama proses penyusunan skripsi, yaitu :

1. Bpk. Joko Basuki dan Ibu Herawati selaku orang tua saya yang selalu mendukung dan berdoa untuk saya.
2. Bapak Mujilan, S.E., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
1. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun dan dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Ardianus Laurens Paulus, M.Sc. selaku dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
5. Saudara-saudaraku tercinta, yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa.
6. Sahabat-sahabatku Ervina Herlin , Keke Alisia Kawilarang, Widya ceking, Onni tuek, Erick gembik, Konde tompel, Toni kecu, Wenas bakul obat, Arta ngeres, Syaddah kodok, Steaven Gerrad, Kakashi Hatake, Sam Tri, Satrio ulo, Epeng, Ajeng dan Astutik di Universitas Widya Mandala Madiun, yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai informasi bagi semua yang membutuhkan.

Madiun, 24 Juli 2017

Penulis,

Faldhy Istiqfari bahar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Telaah Teori dan Pengembangan Hipotesis	10
1. Perilaku Konsumen.....	10
2. Citra Merek	12
3. Kualitas Produk.....	15
4. Harga.....	18

	5. Iklan	19
	6. Keputusan Pembelian	22
B.	Pengembangan Hipotesis	26
	1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.	26
	2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
	3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
	4. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	28
C.	Kerangka Pemikiran Teoristis atau Model Penelitian	30
BAB III	METODE PENELITIAN	31
A.	Desain Pemikiran	31
B.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	31
C.	Variabel penelitian dan Definisi Operasional	33
D.	Instrumen Penelitian	37
E.	Lokasi Penelitian	37
F.	Sumber Data	37
G.	Metode Pengumpulan Data	38
H.	Teknik Analisis Data	38
	1. Uji Kualitas Data	38
	a. Uji Validitas	38
	b. Uji Reliabilitas	39
	2. Uji Asumsi Klasik	39
	3. Uji Hipotesis	41
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	45
A.	Gambaran objek Penelitian	45
	1. Deskripsi Karakteristik Responden	46
	2. Deskripsi Variabel Penelitian	47

B. Analisis Data	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	55
3. Uji Asumsi Klasik	56
a. Uji Normalitas	56
b. Uji Multikolonieritas	57
c. Uji Heteroskedastisitas	58
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
5. Analisis Koefisien Determinasi	61
6. Uji T.....	62
D. Pembahasan.....	63
1. Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Dorongan Perilaku Pembelian Tidak Terencana.....	63
2. Pengaruh Keterlibatan Mode Terhadap Dorongan Perilaku Pembelian Tidak Terencana.....	66
3. Pengaruh Nilai Kesenangan Berbelanja Terhadap Dorongan Perilaku Pembelian Tidak Terencana.....	68
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Keterbatasan.....	71
C. Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	46
Gambar 2.2	Kerangka Penelitian.....	23
Gambar 3.1	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis	76
Gambar 4.1	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis X1	78
Gambar 4.2	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis X2	79
Gambar 4.3	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis X3	80
Gambar 4.4	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis X4	80

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Top Market Share	18
Tabel 3.1	Jumlah Pelajar SMAN	24
Tabel 3.2	Perhitungan Sampel	26
Tabel 3.3	Indikator Iklan Televisi, Celebrity Endorser, Brand Image dan Keputusan Pembelian	29
Tabel 4.1	Jumlah Kuesioner	39
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.3	Umur Responden	41
Tabel 4.4	Kelas Responden	41
Tabel 4.5	Rentang Skala	42
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Iklan Televisi	43
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>Celebrity Endorser</i>	44
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i>	46
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian..	47
Tabel 4.10	Uji Validitas.....	49
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.12	Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	51
Tabel 4.13	Uji Multikolonieritas	52
Tabel 4.14	Uji <i>Glejser</i>	52
Tabel 4.15	Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.16	Uji Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.17	Uji Determinasi	55
Tabel 4.18	Uji Statistik t.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Surat Permohonan Pengisian Kuesioner dan Kuesioner
LAMPIRAN 2	Data Primer dan Jawaban Responden
LAMPIRAN 3	Hasil Uji Kualitas Data
LAMPIRAN 4	Hasil Uji Asumsi Klasik
LAMPIRAN 5	Hasil Regresi, Koefisien Determinasi dan Uji hipotesis
LAMPIRAN 6	Daftar Tabel R, T dan Durbin Watson