

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta)**

SKRIPSI

**VIA RIA MARDIANA
21197000434**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta)**

SKRIPSI

**VIA RIA MARDIANA
21197000434**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. jika kemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2022



**VIA RIA MARDIANA
NPM : 21197000434**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta)


dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Akuntansi (S.Ak) di Program Studi Strata 1 Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan bimbingan Bapak Rama Chandra, SE.,ME. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta,

Februari 2022



Rama Chandra, SE.,ME



digitally signed
Muhammad Ramadnya, BBA., Msc.

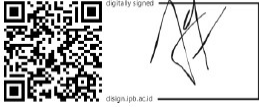



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta)

telah diuji dalam suatu sidang Skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal Februari 2022 dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi

1.  Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Rama Chandra, SE.,ME
(Pembimbing)
3. ; Dr Gatot Prabantoro, S.E., MM
(Anggota Penguji I)
4.  Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

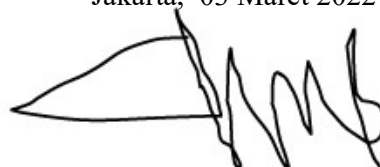
Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Tuhan YME berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Rama Chandra, SE.,ME selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Ibu Dr. Ir. Diah Pranitasari, MBA selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI) beserta jajaran staff yang telah membantu buku selama proses penelitian skripsi ini
8. Orang Tua saya serta keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan lahir batin, dan terima kasih atas nasehatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada Responden atau konsumen Smartphone samsung yang telah membantu penelitian ini.
10. Sahabat seperjuangan selama menempuh pendidikan di STEI Rawamangun nunung, dan aldi yang selalu membantu dan menyemangati peneliti dalam pembuatan skripsi.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan maupun kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 03 Maret 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'VIA RIA MARDIANA', with a stylized, cursive script.

VIA RIA MARDIANA
NPM : 21197000434

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : VIA RIA MARDIANA
NPM : 21197000434
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas Skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Februari 2022

Yang menyatakan,



Via Ria Mardiana

Via Ria Mardiana
NPM : 21197000434
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Rama Chandra, SE., ME

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk citra merek terhadap keputusan melalui kepuasan konsumen Smartphone samsung

Penelitian ini menggunakan strategi asosiatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Smartphone samsung. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria yaitu konsumen yang membeli Smartphone samsung pada bulan juni sampai desember 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur dengan bantuan software WarpPLS 7.0.

Hasil penelitian menyimpulkan (1) Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (2) Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (4) kualitas produk berpengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian .

***Kata kunci* : Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Kepuasan konsumen, Loyalitas konsumen.**

Via Ria Mardiana
NPM : 21197000434

Programme Study S-1 Management

Advisor Lecturer :
Rama Chandra, SE., ME

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
CONSUMER SATISFACTION MEDIATED BY PURCHASE DECISIONS
(Case Study of Smartphone samsung in Jakarta)**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality on brand image on decisions through Samsung Smartphone consumer satisfaction

This study uses an associative strategy. The data collection method used a questionnaire which was measured using a Likert scale. The population in this study are consumers who buy Samsung smartphones. The sampling method used a purposive sampling technique with the criteria that consumers who bought Samsung smartphones from June to December were 100 respondents. The data analysis technique used in this research is path analysis with the help of WarpPLS 7.0 software.

The results of the study concluded (1) Product quality has an effect on purchasing decisions. (2) Brand image has an effect on purchasing decisions. (3) purchasing decisions affect consumer satisfaction. (4) product quality influences consumer satisfaction on purchasing decisions. (5) Product quality influences consumer satisfaction on purchasing decision.

Keywords: Product quality, Brand image, Purchase Decision, Consumer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SAMPUL LUAR	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Manajemen Pemasaran	7
2.2 Kualitas Produk	9
2.3 Citra Merek	14
2.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.5 Kepuasan Konsumen	19
2.6 Review Terlebih dahulu	22
2.7 Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
2.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
2.7.2 Pengaruh Kualitas Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	28
2.7.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	29

2.8 Kerangka Pikir.....	30
2.9 Pengembangan Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Strategi Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.3 Data Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4 Operasional Variabel	34
3.5 Metode Analisa Data	36
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	36
3.5.1.1 Karakteristik Responden.....	36
3.5.1.2 Analisis Jawaban Responden	37
3.5.2 Analisis Jalur.....	37
3.5.2.1 Analisis Outer Model.....	40
3.5.2.2 Analisis Inner Model	41
3.5.2.3 Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	43
4.2 Analisis Statiska Deskriptif	47
4.2.1 Deskriptif Responden	47
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	50
4.2.2.1 Deskripsi Variabel.....	50
4.2.2.2 Indeks Persepsi Kualitas Produk (KLP)	51
4.2.2.3 Indeks Persepsi Citra Merek	52
4.2.2.4 Indeks Keputusan Konsumen.....	53
4.2.2.5 Indeks Persepsi Kepuasan Konsumen	54
4.3 Analisis Jalur	55
4.3.1 Model Pengakuan (Outer Model).....	55
4.3.2 Analisis Inner Model	57
4.3.3 Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Langsung.....	58
4.3.4 Uji Hiopotesis dan Analisis Pengaruh Tidak Langsung.....	61

4.4 Rangkuman Hasil Penelitian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Liket	33
Tabel 3.2 Indikator dan Sub Indikator Kualitas Produk.....	35
Tabel 3.3 Indikator dan Sub Indikator Citra Merek.....	35
Tabel 3.4 Indikator dan Sub Indikator Kepuasan Pembelian	36
Tabel 3.5 Indikator dan Sub Indikator Kepuasan Konsumen.....	36
Tabel 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Status	48
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Frekuensi pengguna pembelian Produk.....	49
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Status dan Pengguna Smartphone	50
Tabel 4.5 Indeks Persepsi Kualitas Produk	51
Tabel 4.6 Indeks Persepsi Citra Merek.....	52
Tabel 4.7 Indeks Persepsi Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.8 Indeks Persepsi Kepuasan Konsumen.....	54
Tabel 4.9 Nilai Loading Variabel Reflektif.....	55
Tabel 4.10 Composite Reability	56
Tabel 4.11 Square root of average variance extracted (AVE).....	57
Tabel 4.12 Kontribusi Koefesien Determinasi.....	57
Tabel 4.13 R-Square Contribusi.....	58
Tabel 4.14 Koefesien jalur dan Koefesien Determinasi	59
Tabel 4.15 Koefesien jalur dan Koefesien Determinasi	60
Tabel 4.16 Koefesien jalur dan Koefesien Determinasi	60
Tabel 4.17 Koefesien Jalur Pengaruh tidak Langsung	61
Tabel 4.18 Koefesien jalur Pengaruh tidak Langsung	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Pikir	30
4.1 Kategori Produk Pengguna Smartphone Samsung.....	49
4.2 Hasil Penelitian	59

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Pengantar Kuesioner.....	67
Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner.....	70
Lampiran 3. Data Sampel.....	74
Lampiran 4. Output WarpPls 7.0	79

