

ANALISIS HUBUNGAN CITRA MEREK, HARGA DAN
KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG OS ANDROID
TIPE SAMSUNG GALAXY

(Studi Kasus : Pengguna Samsung Galaxy di PT. Toyota Tsusho
Mechanical & Engineering Service Indonesia)

SKRIPSI

OLEH :

GHAIDA ARNISTIYANTI

2112570395



PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2015

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS HUBUNGAN CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMSUNG OS ANDROID TIPE SAMSUNG GALAXY

**(Studi Kasus : Pengguna Samsung Galaxy di PT. Toyota Tsusho
Mechanical & Engineering Service Indonesia)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) - Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 09 Februari 2015



Ghaida Arnistivanti
NPK 2112570395

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

ANALISIS HUBUNGAN CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMSUNG OS ANDROID TIPE SAMSUNG GALAXY

**(Studi Kasus : Pengguna Samsung Galaxy di PT. Toyota Tsusho
Mechanical & Engineering Service Indonesia)**

Dibuat oleh Ghaida Arnistiyanti, NPK 2112570395 untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Sumitro, MSc dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

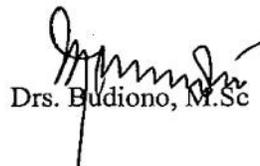
Jakarta, 09 Februari 2015

Menyetujui
Pembimbing,

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc



Drs. Budiono, M.Sc

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

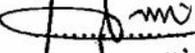
Skripsi dengan judul :

ANALISIS HUBUNGAN CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG OS ANDROID TIPE SAMSUNG GALAXY

**(Studi Kasus: Pengguna Samsung Galaxy di PT Toyota Tsusho Mechanical &
Engineering Service Indonesia)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), Pada tanggal 18 Februari 2015 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1.  Ketua (Ka. Prodi S-1 Manajemen : Drs. Budiono, M.Sc)
2.  Sekretaris (Sekretaris S-1 Manajemen : Drs. Sumitro, M.Sc)
3.  Pembimbing : Drs. Sumitro, M.Sc
4.  Anggota Penguji : Rama Chandra, SE. ME.
5.  Anggota Penguji : Drs. Iskandar Z Alwi, MM

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc. selaku dosen pembimbing dan Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Drs Ridwan Maronrong., M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
3. Bapak Drs. Budiono, M.Sc. selaku Kepala Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Seluruh dosen di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
5. Kedua orang tuaku dan seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil.
6. PT. Toyota Tsusho Mechanical & Engineering Service Indonesia yang telah memberikan waktu dan tempat dalam memperoleh data penelitian yang diperlukan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 09 Februari 2015

Ghaida Arnistiyanti
NPK 2112570395

**ANALISIS HUBUNGAN CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMSUNG OS
ANDROID TIPE SAMSUNG GALAXY
(Studi Kasus : Pengguna Samsung Galaxy di PT. Toyota Tsusho
Mechanical & Engineering Service Indonesia)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra merek, harga dan kualitas produk dengan keputusan membeli handphone Samsung Galaxy di PT. Toyota Tsusho Mechanical & Engineering Service Indonesia.

Penelitian ini dilakukan di PT. Toyota Tsusho Mechanical & Engineering Service Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan handphone Samsung Galaxy yaitu karyawan yang bekerja di PT. Toyota Tsusho Mechanical & Engineering Service Indonesia sebanyak 85 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 70 sampel dengan menggunakan teknik pengambilan sample adalah *purposive sampling* dan penentuan sampel dengan rumus Solvin. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode angket dengan skala Likert. Penelitian ini menggunakan alat analisis koefisien korelasi parsial dan koefisien korelasi berganda serta pengujian hipotesis secara parsial dan secara simultan.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Dari hasil perhitungan koefisien korelasi berganda sebesar 0.529, menunjukkan hubungan antara citra merek, harga dan kualitas produk dengan keputusan membeli Samsung Galaxy adalah sedang dengan hubungan yang bersifat positif atau searah. 2) Pengujian hipotesis diperoleh *P-value* variabel X_1 sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf nyata atau $0.000 < 0.10$. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_o ditolak atau H_a diterima, berarti terdapat hubungan positif yang signifikan secara parsial antara variabel citra merek dengan keputusan membeli *handphone* Samsung Galaxy OS Android. *P-value* variabel X_2 sebesar 0.475 lebih besar dari taraf nyata atau $0.475 > 0.10$. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_o diterima atau H_a ditolak, berarti tidak terdapat hubungan positif yang signifikan secara parsial antara variabel harga dengan keputusan membeli *handphone* Samsung Galaxy OS Android. *P-value* variabel X_3 sebesar 0.099 lebih kecil dari taraf nyata atau $0.099 < 0.10$. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_o ditolak atau H_a diterima, berarti terdapat hubungan positif yang signifikan secara parsial antara variabel kualitas produk dengan keputusan membeli *handphone* Samsung Galaxy OS Android. 3) Pengujian secara simultan diperoleh *significance F* sebesar 0.000, lebih kecil dari taraf nyata atau $0.000 < 0.10$. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_o ditolak atau H_a diterima, berarti terdapat hubungan positif yang signifikan secara simultan antara citra merek, harga, dan kualitas produk dengan keputusan membeli *handphone* Samsung Galaxy OS Android.

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

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK SKRIPSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Masalah Penelitian	1
1.1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.1.2. Perumusan masalah pokok	5
1.1.3. Spesifikasi masalah pokok penelitian	5
1.2. Kerangka Teori	6
1.2.1. Identifikasi variabel-variabel penelitian	6
1.2.2. Uraian konseptual tentang variabel	7
1.2.3. Hipotesis-hipotesis penelitian	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1. Tujuan penelitian	7
1.3.2. Kegunaan penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Review Penelitian Terdahulu	9
2.2. KajianTeori	16
2.2.1. Citra Merek	16
2.2.1.1 Merek (Brand).....	16
2.2.1.2 Citra Merek (Brand Image).....	17

2.2.1.3 Merek dan Persepsi.....	18
2.2.1.4 Brand Image & Strategi Pemasaran	19
2.2.2. Harga	19
2.2.2.1 Pengertian Harga	20
2.2.2.2 Peranan Harga	20
2.2.2.3 Tujuan Penetapan Harga	21
2.2.2.4 Indikator Harga	22
2.2.3. Kualitas Produk	23
2.2.4. Pengertian Keputusan Membeli	25
2.2.5. Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	25
BAB III PROSEDUR PENELITIAN	30
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.2. Strategi dan Metode Penelitian	30
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.3.1. Populasi penelitian	31
3.3.2. Sampel penelitian	31
3.4. Metode Pengumpulan Data	32
3.5 Instrument Pengumpulan Data	33
3.6. Metode Analisis Data	38
3.6.1. Analisis Korelasi Parsial.....	38
3.6.2 Analisis Korelasi Berganda.....	40
3.6.3. Pengujian Hipotesis	42
BAB IV HASIL-HASIL PENELITIAN	44
4.1. Objek Penelitian	44
4.2. Deskripsi Respondendan Data.....	44
4.2.1. Deskripsi Responden	44
4.2.2. Deskripsi Data	45
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	47
4.3.1. Uji Validitas	47
4.3.2. Uji Reliabilitas	50
4.4. Analisis Statistik Data	52

4.4.1. Analisis Koefisien Korelasi Parsial.....	52
4.4.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	55
4.4.3 Pengujian Hipotesis	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Top Five Smartphone Vendors, Shipments, Market share, Year -Over-Year Growth, Q3 2014 (Units in million)	3
Tabel 3.1. Instrument Variabel Citra Merek	34
Tabel 3.2. Instrument Variabel Harga.....	34
Tabel 3.3. Instrument Variabel Kualitas Produk	35
Tabel 3.4. Instrument Variabel Keputusan Pembelian	36
Tabel 3.5. Interpretasi Koefisien Korelasi	41
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	48
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	48
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas dengan bantuan program SPSS 16 Variabel Citra Merek	50
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas dengan bantuan program SPSS 16 Variabel Harga	51
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas dengan bantuan program SPSS 16 Variabel Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas dengan bantuan program SPSS 16 Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.9. Koefisien Korelasi Parsial X_1 dengan Y dengan bantuan program SPSS 16.0.....	53
Tabel 4.10. Koefisien Korelasi Parsial X_2 dengan Y dengan bantuan program SPSS 16.0.....	53
Tabel 4.11. Koefisien Korelasi Parsial X_3 dengan Y dengan bantuan program SPSS 16.0.....	54
Tabel 4.12. Koefisien Korelasi Berganda X_1, X_2, X_3 dengan Y dengan bantuan program SPSS 16.0	55
Tabel 4.13. Pengujian secara Parsial X_1 dengan Y dengan bantuan program SPSS 16.0.....	57

Tabel 4.14. Pengujian secara Parsial X_2 dengan Y dengan bantuan program SPSS 16.0.....	56
Tabel 4.15. Pengujian secara Parsial X_3 dengan Y dengan bantuan program SPSS 16.0.....	58
Tabel 4.16. Pengujian secara Simultan X_1, X_2, X_3 dengan Y dengan bantuan program SPSS 16.0.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar1.1. Prosentase Sistem Operasi Perangkat Mobile Market Share 2011 – 2014 Q2	3
Gambar4.1. Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek	45
Gambar4.2. Diagram Skala Likert Variabel Harga	46
Gambar4.3. Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk	46
Gambar4.4. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Skor Variabel Citra Merek

Lampiran 3. Tabulasi Skor Variabel Harga

Lampiran 4. Tabulasi Skor Variabel Kualitas Produk

Lampiran 5. Tabulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian