



**PENGARUH CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUK,
PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
MEREK SAMSUNG
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FE UMK KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Oleh:

YUNAN HELMI INDARTO

NIM. 2011-11-234

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUK,
PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
MEREK SAMSUNG
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FE UMK KUDUS)**

**Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus**

Kudus,

2016

Mengetahui,
Ketua ProgDi

Pembimbing I

NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501

Drs. H. CHANAFI IBRAHIM, MM
NIDN. 0622085501

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

RATIH HESTI UTAMI P, SE, MM
NIDN. 0624018301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Maka bertanyalah pada orang yang memiliki pengetahuan,
jika kamu tidak Mengetahui

(QS : AN – NAHL : 43)

Allah tidak akan mengubah nasib kaum
sebelum kaum itu sendiri yang akan mengubahnya.

(Q S. AR RA'AD : 11)

Ilmu lebih baik daripada harta, karena ilmu akan menjaga kamu dan semakin berkembang jika dimanfaatkan. Sedangkan harta kamulah yang menjaganya dan akan habis bila dinafkahkan (Ali Bin Abi Thalib RA)

PERSEMBAHAN :

1. **Bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan motivasi**
2. **Kakakku**
3. **Teman-teman**
4. **Almamater UMK**

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, pertama-tama penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PENGARUH CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FE UMK KUDUS)** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam kesempatan pula penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis selama penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM, MM₁ selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Ratih Hesty Utami P, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.

5. Karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu serta keluargaku tercinta yang telah memberikan dukungan dan semangat.
7. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis akan bersenang hati untuk menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat. Amin.

Kudus, 2016

Yunan Helmi Indarto

NIM. 2011-11-234

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FE UMK KUDUS)

Oleh :

Yunan Helmi Indarto

NIM. 2011-11-234

Pembimbing I : Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM

Pembimbing II : Ratih Hesty Utami, SE, MM

Samsung merupakan salah satu jenis *handphone* atau *smartphone* yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia khususnya di kota Kudus, dalam penelitian ini mengambil lokasi penelitian pada Universitas Muria Kudus. Salah satu produk Samsung yang sedang menjadi pusat perhatian khalayak luas yaitu produk *handphone* mereka. Samsung sendiri akhir-akhir ini telah menciptakan *handphone* yang berbasis android, yang pada saat ini bersaing ketat dengan produk *handphone* lainnya.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh citra merek, atribut produk, persepsi harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Smartphone* merek Samsung baik secara parsial maupun berganda. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory*, sampel diambil sebanyak 94 responden yang merupakan mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Pengumpulan data melalui kuesioner. Pengolahan data menggunakan *scoring*, *editing*, tabulasi, dan proses input data ke komputer. Uji instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji t, uji F dan Koefisien Determinasi.

Berdasarkan hasil analisis Regresi dengan uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi diperoleh kesimpulan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra merek dengan variabel keputusan pembelian. Ada pengaruh positif dan signifikan antara atribut produk dengan keputusan pembelian. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi harga dengan keputusan pembelian. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian. Secara berganda keempat variabel independen yaitu: citra merek, atribut produk, persepsi harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 89,0%.

Kata kunci : Citra merek, atribut produk, persepsi harga, kualitas produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

*EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT ATTRIBUTES, PERCEPTION OF PRICE
AND QUALITY PRODUCTS ON THE PURCHASE DECISION SMARTPHONE
BRAND SAMSUNG
(CASE STUDY ON STUDENTS FE UMK KUDUS)*

by :

Yunan Helmi Indarto

NIM. 2011-11-234

Supervisor I : Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM

Supervisor II : Ratih Hesty Utami, SE, MM

Samsung is one type of mobile phone or smartphone that is currently widely used by the people of Indonesia, especially in the Kudus city, in this study took place research at the University of Muria Kudus. One of the products of Samsung that has become the center of attention of a wide audience that their mobile products. Samsung itself lately has created a mobile phone based on Android, which is currently competing with other mobile products.

The purpose of this study was to analyze the influence of brand image, product attributes, perceptions of price, quality of products on consumer purchasing decisions Smartphone Samsung brand products either partially or multiple. This research uses explanatory research type, the sample was taken as much as 94 respondents who are active students at the Faculty of Economics, University of Muria Kudus. The collection of data through questionnaires. Processing data using scoring, editing, tabulation, and process input data to the computer. Test instruments include the validity and reliability. Analysis of data using multiple regression analysis, t test, F test and coefficient of determination.

Based on the results of regression analysis with t test (partial), F test (simultaneous), and the coefficient of determination is concluded there is a positive and significant influence between the variables of brand image with variable purchase decision. There is a positive and significant influence between product attributes with purchasing decisions. There is a positive and significant influence between the variables of price perception with purchasing decisions. There is a positive and significant influence between the variables of quality products with a purchase decision. In the fourth multiple independent variables are: the image of the brand, product attributes, perceptions of price and quality of products significantly influence purchasing decisions. The coefficient of determination of 89.0%.

Keywords: *Brand image, product attributes, perceptions of price, product quality, purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Kegunaan Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Citra Merek	6
2.1.1. Pengertian Citra Merek	8
2.1.2. Manfaat Merek	9
2.1.3. Penggolongan Merek	10
2.1.4. Strategi Pemberian Merek	11
2.1.5. Kategori Penilaian Citra Merek	11

2.1.6. Strategi Merek	11
2.1.7. Dimensi Citra Merek	12
2.1.8. Indikator Citra Merek	13
2.2. Atribut Produk	14
2.2.1. Pengertian Atribut Produk	14
2.2.2. Komponen Pokok Atribut Produk	14
2.2.3. Dimensi Atribut Produk	21
2.2.4. Indikator Atribut Produk	22
2.3. Persepsi Harga	22
2.3.1. Persepsi Harga	22
2.3.2. Penetapan Harga	25
2.3.3. Indikator Persepsi Harga	29
2.4. Kualitas Produk	30
2.4.1. Pengertian Kualitas Produk	30
2.4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk...	30
2.4.3. Faktor-Faktor yang Digunakan dalam Menilai Kualitas Produk	32
2.4.4. Indikator Persepsi Kualitas Produk	34
2.5. Keputusan Pembelian	34
2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian	34
2.5.2. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	35
2.5.3. Indikator Keputusan Pembelian	38
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	42
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis	44

2.8. Hipotesis	45
BAB. III. METODE PENELITIAN	46
3.1. Jenis Penelitian	46
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
3.2.1. Variabel Independen	47
3.2.2. Variabel Dependen	48
3.3. Populasi dan Sampel	49
3.4. Jenis dan Sumber Data	51
3.6. Metode Pengumpulan Data	52
3.8. Metode Pengolahan Data	53
3.9. Uji Instrumen Data	55
3.7.1. Uji Validitas	54
3.7.2. Uji Reliabilitas	58
3.10. Metode Analisis Data	60
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	66
4.1.1. Berdirinya Universitas Muria Kudus	66
4.1.2. Perkembangan Universitas Muria Kudus	67
4.1.3. <i>Handphone</i> Merek Samsung	70
4.2. Penyajian Data	74
4.2.1. Identitas Responden	74
4.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian	76
4.3. Analisis Data	81
4.3.1. Analisis Regresi Berganda	81

4.3.2. Pengujian Hipotesis	84
4.3.3. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	88
4.4. Pembahasan	88
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	42
3.1. Rincian Jumlah Populasi	50
3.2. Perhitungan Sampel	51
3.3. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Citra Merek	55
3.4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Atribut Produk	56
3.5. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Persepsi Harga	56
3.6. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Kualitas Produk	57
3.7. Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian	57
4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur	75
4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jurusan	75
4.4. Frekuensi Variabel Citra Merek (X_1)	76
4.5. Frekuensi Variabel Atribut Produk (X_2)	77
4.6. Frekuensi Variabel Persepsi Harga (X_3)	78
4.7. Frekuensi Variabel Persepsi Kualitas Produk (X_4)	79
4.8. Frekuensi Variabel Persepsi Keputusan Pembelian (Y)	80
4.9. Definisi Variabel	81
4.10. Hasil Nilai Koefisien Regresi Variabel Independen	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	44

