



**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG (STUDI PADA
PENGGUNA SAMSUNG MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

MUHAMMAD RIZQI RIFALDI

202111604

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG (STUDI PADA
PENGGUNA SAMSUNG MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

HAKIM RIZKI RIZKI

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Oleh :

MUHAMMAD RIZQI RIFALDI

202111604

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2025

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG (STUDI PADA
PENGGUNA SAMSUNG MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Muhammad Rizqi Rifaldi

NIM : 202111604

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

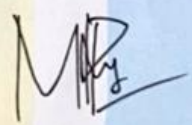
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 11 Maret 2025

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701


(Mira Meilia Marka, S.E., M.M.)
NIDN. 0606058801

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG (STUDI PADA
PENGGUNA SAMSUNG MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Muhammad Rizqi Rifaldi

NIM : 202111604

Program Studi : Manajemen

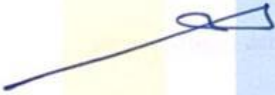
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 11 Maret 2025

Mengetahui
Ketua Program Studi

Pembimbing


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701


(Mira Meilia Marka, S.E., M.M.)
NIDN. 0606058801

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Dr. Kertaji Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan."

(QS. Al-Insyirah, 5-6)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)

“Orang lain gak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success storiesnya* aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

Jadi tetap berjuang ya “

Persembahan :

Skripsi saya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada :

Bapak dan ibu yang selalu memberikan doa, semangat dan nasehat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Pengguna Samsung Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Mira Meilia Marka, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan pengetahuan

berharga selama proses penyusunan skripsi. Semoga beliau beserta keluarga senantiasa diberikan kesehatan serta kemudahan dalam segala urusan oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan dan saran agar skripsi ini bisa menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak.

Kudus, 11 Maret 2025

Penulis



Muhammad Rizqi Rifaldi

202111604

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG (STUDI PADA
PENGGUNA SAMSUNG MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

MUHAMMAD RIZQI RIFALDI

202111604

Pembimbing :

Mira Meilia Marka, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, persepsi harga, kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan membagikan kuesioner kepada 120 responden yang pernah membeli dan menggunakan produk *smartphone* samsung. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, dengan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, secara simultan citra merek, persepsi harga, kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND PRODUCT INNOVATION ON THE PURCHASE DECISION OF SAMSUNG BRAND SMARTPHONE PRODUCTS
(A STUDY OF SAMSUNG USERS, STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, MURIA KUDUS UNIVERSITY)***

MUHAMMAD RIZQI RIFALDI

202111604

Advisor :

Mira Meilia Marka, S.E., M.M

UNIVERSITY OF MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, price perception, product quality and product innovation on purchasing decisions. The research method used is a quantitative method. The data collection technique used by distributing questionnaires to 120 respondents who have purchased and used Samsung smartphone products. The sampling method in this study is a non-probability sampling technique, with purposive sampling. The analysis methods used in this study are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, f test, and coefficient of determination. The results of this study indicate that partially brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, product innovation has a positive and significant effect on purchasing decisions, price perception does not affect purchasing decisions, product quality does not affect purchasing decisions, simultaneously brand image, price perception, product quality and product innovation have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Price Perception, Product Quality, Product Innovation, Purchasing Decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	14
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Keputusan Pembelian	18
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.1.2 Tahap - Tahap Keputusan Pembelian	18
2.1.3 Faktor Keputusan Pembelian	19
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.2 Citra Merek.....	22
2.2.1 Pengertian Citra Merek	22
2.2.2 Indikator Citra Merek.....	22
2.3 Persepsi Harga	24
2.3.1 Pengertian Persepsi Harga.....	24
2.3.2 Indikator Persepsi Harga	25
2.4 Kualitas produk	27
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	27
2.4.2 Indikator kualitas produk	27

2.5	Inovasi Produk.....	30
2.5.1	Pengertian Inovasi Produk	30
2.5.2	Indikator Inovasi Produk.....	30
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
2.7	Pengaruh Antar Variabel	38
2.7.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	38
2.7.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.7.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.7.4	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.7.5	Pengaruh Citra Merek,Kualitas Produk,Persepsi Harga, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	42
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.9	Hipotesis	44
BAB III		45
METODE PENELITIAN		45
3.1	Rancangan Penelitian	45
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Variabel Operasional	45
3.2.1	Variabel Independen	45
3.2.2	Variabel dependen.....	45
3.3	Definisi Variabel Operasional	46
3.3.1	Keputusan Pembelian.....	46
3.3.2	Citra Merek	46
3.3.3	Persepsi Harga.....	47
3.3.4	Kualitas Produk.....	48
3.3.5	Inovasi Produk	49
3.4	Jenis dan Sumber Data	50
3.4.1	Data Primer	50
3.4.2	Data Sekunder	51
3.5	Populasi dan Sampel	51
3.5.1	Populasi	51
3.5.2	Sampel.....	51
3.6	Pengumpulan Data	52

3.7	Analisis Data	53
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian	53
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	54
3.7.3	Uji Regresi Linier Berganda	57
3.7.4	Pengujian Hipotesis.....	58
3.7.5	Koefisien Determinasi (R^2)	60
BAB IV		61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	61
4.2	Penyajian Data.....	61
4.2.1	Deskripsi Data Responden	61
4.2.2	Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian	63
4.3	Analisis Data	66
4.3.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	68
4.3.3	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	73
4.3.4	Uji Hipotesis	75
4.3.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)	79
4.4	Pembahasan	79
4.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.4.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.4.4	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.4.5	Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
BAB V		85
KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA		88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skala Likert	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.2 Usia Responden.....	62
Tabel 4.3 Frekuensi Variabel Citra Merek.....	63
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Persepsi Harga	63
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Inovasi Produk.....	65
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4.14 Hasil Hasil Uji Parsial (Uji t).....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	78
Tabel 4 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	92
LAMPIRAN 2 HASIL RESPONDEN.....	100
LAMPIRAN 3 FREKUENSI DATA.....	110
LAMPIRAN 4 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	121
LAMPIRAN 5 HASIL ANALISIS DATA.....	127
LAMPIRAN 6 TABEL r.....	133
LAMPIRAN 7 TABEL t.....	135
LAMPIRAN 8 TABEL F.....	137
LAMPIRAN 9 HASIL TURNITIN	139

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penjualan Smartphone Indonesia 2022-2023	5
Gambar 1. 2 Top Brand Award.....	6
Gambar 1.3 Keluhan Konsumen Terkait Persepsi Harga Samsung.....	7
Gambar 1.4 Keluhan Pelanggan Terkait Kualitas Produk Samsung	8
Gambar 1.5 Keluhan Pelanggan Terkait Inovasi Produk Samsung	9
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	70
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik Scatterplot.....	72