

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Fenty Angriani

180910327

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

Fenty Angriani

180910327

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Fenty Angriani
NPM : 180910327
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 27 Januari 2023



Fenty Angriani

180910327

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

**Fenty Angriani
180910327**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 27 Januari 2023



Asron Saputra, S.E., M.Si.

Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memastikan bagaimana citra merek dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kausalitas dan alat penelitian kuantitatif—pengambilan sampel dengan pendekatan purposive sampling dan rumus Slovin. Penelitian ini dilakukan di Sagulung Kota Batam, Kepulauan Riau, Indonesia. Warga Sagulung di Kota Batam merupakan penduduk penelitian ini. Sampel yang digunakan sebanyak 400 responden. Perangkat lunak pengolahan data yang digunakan peneliti adalah SPSS versi 26. Penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Menurut hasil studi, pembelian smartphone di kota Batam sangat dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk.

Kata Kunci ; Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to ascertain how brand image and product quality influence purchasing decisions. This study uses a causality research design and quantitative research tools—sampling with a purposeful sampling approach and the Slovin formula. The study is conducted in Indonesia's Riau Islands' Sagulung of Batam City. Sagulung residents of Batam City made up the study's population. The sample used was 400 respondents. The data processing software utilized by the researcher was SPSS version 26. Research shows that brand image and product quality influence consumer decision-making. According to the study results, the purchase of smartphones in Batam city is strongly influenced by the brand image and product quality.

Keywords ; Brand Image, Product Quality, Purchase Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Rektor Nur Elfi Husda.S.Kom., M.SI selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Asron Saputra S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua orang tua tercinta dan adik tersayang yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

7. Teman-teman yang telah berbagi semangat serta dukungan dalam penyusunan proposal penelitian sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
8. Pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam pembuatan proposal penelitian ini, yang tidak dapat disebut satu persatu.

Batam, 27 Januari 2023



Fenty Angriani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABLE	xiv
DAFTAR RUMUS	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Citra Merek	8
2.1.2 Kualitas Produk	11
2.1.3 Keputusan Pembelian	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran	18

2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap,Keputusan Pembelian	18
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	20
2.3.3 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.4 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Sifat Penelitian	23
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	23
3.3.1 Lokasi Penelitian	23
3.3.2 Periode Penelitian.....	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	24
3.4.1 Populasi.....	24
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	24
3.4.3 Teknik Sampling	25
3.5 Sumber Data.....	26
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
3.7.1 Variabel Independen (variabel bebas).	28
3.7.2 Variabel Dependen (variabel terikat).....	28
3.8 Metode Analisis Data	30
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	30
3.8.2 Uji Kualitas Data	31
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.8.4 Uji Pengaruh.....	35

3.9 Uji Hipotesis	37
3.9.1 Uji t (Parsial)	37
3.9.2 Uji F (Simultan).....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1 Profil Perusahaan Samsung.....	39
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	40
4.2.1 Profil Responden	40
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	42
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	43
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Smartphone Samsung	44
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	45
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	46
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	47
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	48
4.4 Analisis Data	49
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data	49
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.5 Hasil Uji Pengaruh	55
4.5.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.5.2 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	57

4.6	Pengujian Hipotesis	58
4.6.1	Hasil Uji t (Parsial)	58
4.6.2	Hasil Uji F (Simultan).....	59
4.7	Pembahasan.....	60
4.7.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.7.2	Pengaruh Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian ₁	61
4.7.3	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.8	Implikasi Hasil Penelitian	62
4.8.1	Implikasi Teoritis.....	62
4.8.2	Implikasi Praktis.....	62
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1	Simpulan	63
5.2	Saran	63
	DAFTAR PUSTAKA.....	65
	LAMPIRAN	69
	Lampiran 1. Pendukung Penelitian	70
	Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	97
	Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4. 1 Regression Standardized Residual	51
Gambar 4. 2 Normal P-P Plot Regression Standardized	52
Gambar 4. 3 Scatterplot.....	54

DAFTAR TABLE

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Smartphone di Dunia Tahun 2017-2022.....	2
Tabel 1. 2 Pangsa Pasar Penjualan Smartphone di Dunia pada tahun 2018 – 2022 (dalam satuan persen)	3
Tabel 1. 3 Pangsa Pasar Penjualan Smartphone di Indonesia pada tahun 2018– 2022 (dalam satuan persen).....	3
Tabel 1. 4 Top Brand Smartphone di Indonesia Tahun 2019 – 2022	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Periode Penelitian	24
Tabel 3. 2 Skala Likert	27
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Penelitian	28
Tabel 3. 4 Rentang Skala Penelitian	31
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Penghasilan	44
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lama Penggunaan	45
Tabel 4. 7 Rentang Skala.....	46
Tabel 4. 8 Hasil Pernyataan, Variabel Citra Merek	46
Tabel 4. 9 Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 4. 10 Hasil Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reabilitas	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)	55
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	57
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	58

Tabel 4. 19 Hasil Ui F (Silmultan).....	60
--	----

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	25
Rumus 3. 2 Rentang Skala	30
Rumus 3. 3 Pearson Product Moment.....	32
Rumus 3. 4 Teknik Cronbach Alpha.....	33
Rumus 3. 5 Regresi Linear Berganda	36
Rumus 3. 6 t hitung.....	37
Rumus 3. 7 Uji F.....	38