

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK SAMSUNG**

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE
AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASING DECISIONS OF
SMARTPHONE SAMSUNG***



Disusun Oleh:

LM Muswarlin

(20150410312)

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK
SAMSUNG**

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND
PRICE PERCEPTION ON PURCHASING DECISIONS OF *SMARTPHONE* SAMSUNG***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Diajukan oleh :

LM Muswarlin

(20150410312)

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LM Muswarlin
Nim : 20150410312
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Universitas : Muhammadiyah Yogyakarta

Terkait dengan penelitian saya yang berjudul: "**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG** (Studi pada Masyarakat yang berdomisili di Yogyakarta)"

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau ditertibkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut di batalkan.

Yogyakarta, April 2022

Penulis

LM Muswarlin

MOTO

Hidup hanya sekali, buat berarti lalu mati.

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri, dan jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu untuk dirimu sendiri.” (QS. Al-Isra’:7)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Teriring doa dan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada yang maha kuasa Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan keimanan sehingga saya bisa sampai pada titik ini. Dengan segenap hati, karya ini ku persembahkan untuk:

Sepasang cahaya terindahku, Ayah La Ode Warisi Muridi dan Ibu Zaleha yang selalu tak pernah henti-hentinya memberikan doa, cinta, dan kasih sayang yang tulus, perhatian, semangat dan segalanya sehingga tidak dapat disebutkan semuanya.

Orang – orang baik yang selalu mengingatkan dan memberikan semangat, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Dan untuk almamaterku tercinta

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa mencurahkan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang menjadi suri teladan dan merupakan panutan bagi seluruh umat muslim, sumber inspirasi dan motivasi dalam berbagai aspek kehidupan.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Merek Samsung pada masyarakat yang berdomisili di Yogyakarta.” Penulis hadirkan sebagai salah satu prasyarat untuk menyelesaikan studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Adanya bantuan moril dan materil dari berbagai pihak telah memudahkan penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Menyadari hal tersebut, maka melalui tulisan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada seluruh pihak yang telah membantu, membimbing dan memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Rizal Yahya, S.E., M.Sc., Ph.D Ak, CA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pelajaran selama penulis menyelesaikan studi ini.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D, selaku Kepala Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pegalaman dan juga nasehat selama penulis menyelesaikan studi ini.

3. Sutrisno Wibowo, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan ilmu dan pengetahuan, mengorbankan waktu dan tenaganya kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini dan semua pihak yang tak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan skripsi ini dapat segera diselesaikan, sukses untuk kita semuanya.

Yogyakarta, 22 Junu 2021

LM Muswarlin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Mamfaat Penelitian	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Keputusan Pembelian.....	8
2. Persepsi Kualitas Produk	9
3. Citra Merek	12
4. Persepsi Harga	14
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Penurunan Hipotesis	20
BAB III	27

METODE PENELITIAN.....	27
A. Objek Dan Subjek Penelitian	27
B. Jenis Data	27
C. Teknik Pengambilan Sampel	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
F. Uji Instrumen Dan Data	35
G. Analisis Data Dan Uji Hipotesis	36
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
B. Subjek Penelitian	42
C. Uji Kualitas Instrumen	44
D. Uji Analisis Data Dan Hipotesis	46
E. Pembahasan.....	50
BAB V	54
KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	54
A. Kesimpulan	54
B. Keterbatasan Penelitian.....	54
C. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58
Lampiran 1	59
Lampiran 2	62
Lampiran 3	53
Lampiran 4.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Vendor <i>Smartphone</i> Yang Masuk Dalam Kategori 5 Besar Pada Q1 2019	3
Tabel 2.1 Jurnal Penelitian.....	16
Tabel 3.1 Tabel Kuesioner.....	31
Tabel 4.1 Klsasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji F (Simultan).....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.7 Hasil KoefisienDeterminasi.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	26
-----------------------------------	----