

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SMARTPHONE SAMSUNG*  
(STUDI KASUS DI KOTA BEKASI UTARA)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Jihan Fauziyah**

**202110325096**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas  
Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
*Smartphone* Samsung (Studi Kasus di Kota  
Bekasi Utara)

Nama Mahasiswa : Jihan Fauziyah

Nomor Pokok : 202110325096

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Rabu 05 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN. 0309048102

  
M. Fadhli Nursal, SE, MM

NIDN. 0325057908

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas  
Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
*Smartphone* Samsung (Studi Kasus di Kota  
Bekasi Utara)

Nama Mahasiswa : Jihan Fauziyah

Nomor Pokok : 202110325096

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Rabu 05 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Andrian, SE., MM.  
NIDN. 0321077102

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., MM  
NIDN. 0329048302

Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.,  
MBA  
NIDN. 0309048102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jihan Fauziyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325096

Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 15 November 2002

Alamat : Kaliabang Nangka No. 11 Rt/Rw 003/004 Kel/Des.  
Perwira, Kec. Bekasi Utara, Jawa Barat, 17122

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Samsung* (Studi Kasus di Kota Bekasi Utara)". Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan Skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 12 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,

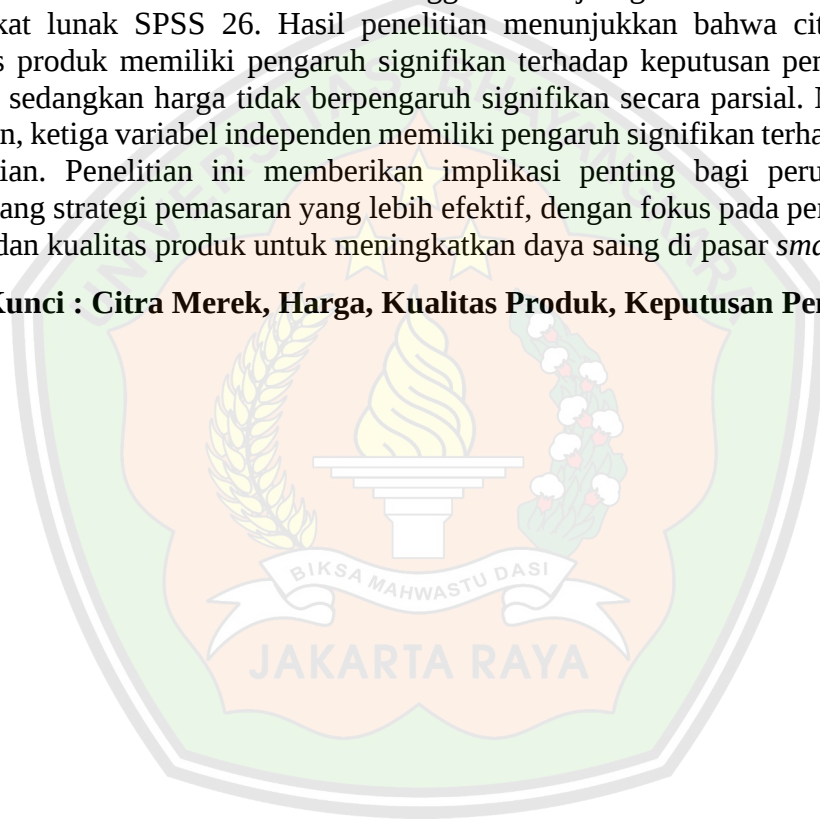


DUF0EAMX214861620  
Jihan Fauziyah  
202110325096

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung (Studi Kasus di Kota Bekasi Utara). Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 126 responden yang telah membeli *smartphone* Samsung. Variabel independen yang digunakan adalah citra merek, harga, dan kualitas produk, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda melalui perangkat lunak SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Namun, secara simultan, ketiga variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan fokus pada peningkatan citra merek dan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing di pasar *smartphone*.

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



## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of brand image, price and product quality on purchasing decisions for Samsung smartphones (Case Study in North Bekasi City). Using quantitative research methods, data was obtained through questionnaires distributed to 126 respondents who had purchased Samsung smartphones. The independent variables used are brand image, price and product quality, while the dependent variable is purchasing decisions. Data analysis was carried out using multiple linear regression tests using SPSS 26 software. The research results showed that brand image and product quality had a partial significant influence on purchasing decisions, while price had no partial significant influence. However, simultaneously, the three independent variables have a significant influence on purchasing decisions. This research provides important implications for companies in designing more effective marketing strategies, with a focus on improving brand image and product quality to increase competitiveness in the smartphone market.*

**Keywords : Brand Image, Price, Product Quality, Purchasing Decisions**



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Melalui penulis ini meneliti bagaimana “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Di Kota Bekasi Utara)”. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti dan khususnya untuk mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis guna menyempurnakan kembali penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti, serta bermanfaat untuk pembaca yang mencari referensi bahan bacaan.

Dalam penyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H, Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Pembimbing Akademik dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan dukungan juga arahan selama perkuliahan dan arahan dalam penelitian ini.
5. M. Fadhli Nursal, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan dukungan serta arahan dalam penelitian ini.
6. Seluruh Dosen dan staf Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Kepada kedua orang tua saya yang telah mendidik, membimbing dan mengasuh saya dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang yang begitu besar dan tulus serta tidak pernah berhenti memberikan dorongan, perhatian dan doa terhadap saya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
8. Teruntuk sahabat penulis Yulia Marwah, Julfah Faridotun Sahra, Iis Halimah Tusadiah, Angeline Nathania Yunus, Rismawati Ramadhania, terima kasih untuk menjadi partner berjuang selama menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Marsharani dan Sekar sahabat bahkan seperti saudara sendiri terima kasih telah memberikan dukungan, motivasi, menjadi tempat keluh kesah, serta memberikan semangat yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Dan yang terakhir Jihan Fauziyah, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Sulit bisa bertahan sampai titik ini. Terima kasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, berbahagialah dimanapun berada.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan karya ilmiah ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang bertentangan, khususnya dalam pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 12 Februari 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

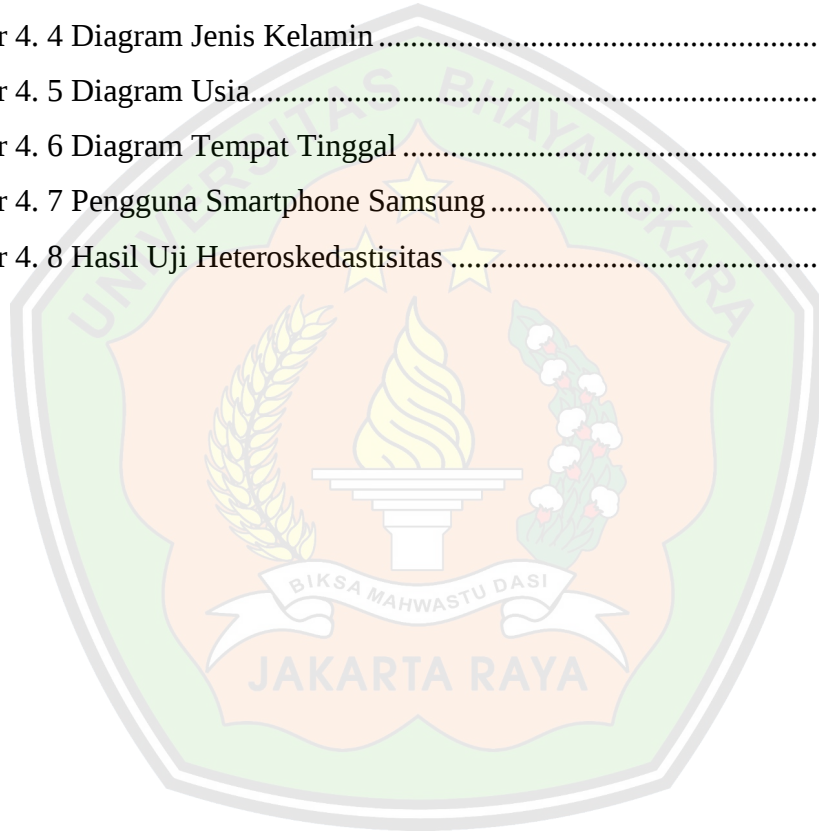
|                                          |      |
|------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....      | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                  | ii   |
| LEMBAR PERNYATAAN .....                  | iii  |
| ABSTRAK .....                            | iv   |
| ABSTRACT .....                           | v    |
| KATA PENGANTAR .....                     | vi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xii  |
| DAFTAR TABEL .....                       | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                    | xiv  |
| BAB 1 PENDAHULUAN .....                  | 1    |
| <b>1.1 Latar Belakang</b> .....          | 1    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....         | 6    |
| <b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....       | 6    |
| <b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....      | 7    |
| <b>1.5 Sistematika Tugas Akhir</b> ..... | 7    |
| BAB 2 TELAAH PUSTAKA .....               | 9    |
| 2.1 Telaah Teoritis .....                | 9    |
| 2.1.1 Ilmu Manajemen .....               | 9    |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran .....          | 9    |
| 2.1.3 Citra Merek .....                  | 12   |
| 2.1.4 Harga .....                        | 14   |
| 2.1.5 Kualitas Produk .....              | 16   |
| 2.1.6 Keputusan Pembelian .....          | 17   |
| 2.2 Telaah Empiris .....                 | 19   |
| 2.3 Kerangka Konseptual .....            | 23   |
| 2.4 Hipotesis .....                      | 24   |
| BAB 3 METODE PENELITIAN .....            | 26   |
| 3.1 Desain Penelitian .....              | 26   |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....            | 26   |

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 3.2.1 Populasi.....                                                | 26 |
| 3.2.2 Sampel .....                                                 | 26 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data .....                                    | 27 |
| 3.3.1 Jenis Data.....                                              | 27 |
| 3.3.2 Sumber Data .....                                            | 28 |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya .....    | 28 |
| 3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....             | 30 |
| 3.5.1 Uji Validitas .....                                          | 30 |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas .....                                       | 31 |
| 3.6 Uji Asumsi Klasik .....                                        | 32 |
| 3.6.1 Uji Normalitas.....                                          | 32 |
| 3.6.2 Uji Multikolinieritas .....                                  | 32 |
| 3.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....                                | 33 |
| 3.7 Uji Regresi Linier Berganda.....                               | 33 |
| 3.8 Uji Hipotesis.....                                             | 34 |
| 3.8.1 Uji Kelayakan Parsial (Uji T) .....                          | 34 |
| 3.8.2 Uji Kelayakan Secara Simultan (Uji F) .....                  | 35 |
| 3.8.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                     | 35 |
| BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                        | 36 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                           | 36 |
| 4.1.1 Produk Samsung (Seri A05, A06, A25 5G, A35 5G, A55 5G) ..... | 37 |
| 4.2 Visi Misi Perusahaan.....                                      | 38 |
| 4.2.1 Visi.....                                                    | 38 |
| 4.2.2 Misi .....                                                   | 38 |
| 4.3 Hasil Penelitian .....                                         | 39 |
| 4.3.1 Deskripsi Data.....                                          | 39 |
| 4.3.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....                    | 39 |
| 4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Responden .....                    | 40 |
| 4.4 Hasil Uji Instrumen .....                                      | 44 |
| 4.4.1 Uji Validitas .....                                          | 44 |

|                      |                                                                                     |    |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4.2                | Uji Validitas Citra Merek .....                                                     | 45 |
| 4.4.3                | Hasil Uji Validitas Harga.....                                                      | 46 |
| 4.4.4                | Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....                                            | 47 |
| 4.4.5                | Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....                                       | 48 |
| 4.4.6                | Uji Reliabilitas .....                                                              | 49 |
| 4.4.7                | Uji Reliabilitas Citra Merek.....                                                   | 49 |
| 4.4.8                | Uji Reliabilitas Harga .....                                                        | 49 |
| 4.4.9                | Uji Reliabilitas Kualitas Produk .....                                              | 50 |
| 4.4.10               | Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....                                          | 50 |
| 4.5                  | Hasil Uji Asumsi Klasik.....                                                        | 51 |
| 4.5.1                | Uji Normalitas.....                                                                 | 51 |
| 4.5.2                | Uji Multikolinieritas .....                                                         | 52 |
| 4.5.3                | Uji Heteroskedastisitas .....                                                       | 53 |
| 4.6                  | Analisis Regresi Linear Berganda.....                                               | 54 |
| 4.7                  | Uji Hipotesis.....                                                                  | 55 |
| 4.7.1                | Uji Kelayakan Parsial (Uji T) .....                                                 | 55 |
| 4.7.2                | Uji Kelayakan Secara Simultan (Uji F) .....                                         | 57 |
| 4.7.3                | Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                           | 58 |
| 4.8                  | Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                   | 58 |
| 4.8.1                | Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....                              | 58 |
| 4.8.2                | Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....                                   | 60 |
| 4.8.3                | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....                         | 62 |
| 4.8.4                | Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 64 |
| BAB 5 PENUTUP .....  |                                                                                     | 67 |
| 5.1                  | Kesimpulan.....                                                                     | 67 |
| 5.2                  | Keterbatasan Penelitian .....                                                       | 68 |
| 5.3                  | Saran.....                                                                          | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... |                                                                                     | 71 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Data Persaingan Penjualan Smartphone di Indonesia ..... | 2  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....                               | 23 |
| Gambar 4. 1 Logo Samsung.....                                       | 36 |
| Gambar 4. 2 Seri Samsung.....                                       | 37 |
| Gambar 4. 3 Seri Samsung.....                                       | 38 |
| Gambar 4. 4 Diagram Jenis Kelamin .....                             | 40 |
| Gambar 4. 5 Diagram Usia.....                                       | 41 |
| Gambar 4. 6 Diagram Tempat Tinggal .....                            | 42 |
| Gambar 4. 7 Pengguna Smartphone Samsung .....                       | 43 |
| Gambar 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                     | 53 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Komentar Kualitas Produk Smartphone Samsung.....                     | 3  |
| Tabel 1.2 Pra Survey Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ..... | 4  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                           | 18 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....                                   | 29 |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....                                                   | 30 |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....                                                  | 40 |
| Tabel 4. 2 Usia .....                                                          | 41 |
| Tabel 4. 3 Tempat Tinggal.....                                                 | 42 |
| Tabel 4. 4 Diagram Pengguna Smartphone Samsung.....                            | 43 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Citra Merek .....                               | 45 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Harga.....                                      | 46 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Kualitas Produk .....                                     | 47 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas .....                                          | 48 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....                                         | 49 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas .....                                         | 51 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas .....                                  | 52 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....                    | 54 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....                                                   | 56 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....                                                   | 57 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                              | 58 |

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme

Lampiran 2 : Uji Referensi

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 : Tabulasi Data

Lampiran 5 : Hasil Uji Olah Data SPSS 26

Lampiran 6 : Buku Bimbingan

Lampiran 7 : Riwayat Hidup

