

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE  
SAMSUNG (STUDI KASUS KECAMATAN  
PANONGAN KABUPATEN TANGERANG)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh :

Nama : **MULYA**  
NIM : 1916120094  
Program Studi : MANAJEMEN

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
PUTRA PERDANA INDONESIA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
TANGERANG  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : MULYA

NIM : 1916120094

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PUTRA PERDANA INDONESIA.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Tangerang, 28 Juli 2023

  
(Mulya)

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama

: MULYA

NIM : 1916120094

PROGRAM : MANAJEMEN

JENJANG : SRATA SATU (S 1)

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra  
Merek Terhadap Keputusan  
Pembelian

Handphone Samsung (Studi Kasus  
Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang)

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi guna  
melengkapi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana  
Indonesia,

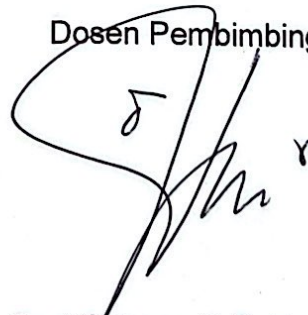
Tangerang, 28 Juli 2023

Disetujui Oleh :  
Ketua Program Studi,



Bagus Caesar Sukmayuda, S.E, M.M

Dosen Pembimbing,

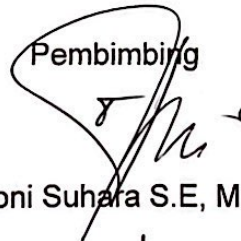


Toni Suhara, S.E, M.M

## LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN

NAMA : MULYA  
NIM : 1916120094  
PROGRAM STUDI : Manajemen  
JENJANG : STRATA SATU (S1)  
SKRIPSI : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang)

Telah di nyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 28 Juli 2023 Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dihadapan Tim Penguji di bawah ini.

Pembimbing  
  
Toni Suhara S.E, M.M.

Tim Penguji :

Ketua : Arsadi, S.E,M.M.....  



Anggota : 1. Popong Suryani, S.E, M.M.....  


2. Toni Suhara S.E, M.M.....  


Disahkan pada tanggal 28 Juli 2023

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PPI Ketua,



  
Dr. H. Juanda, S.H., S.E., M.M

## ABSTRAKSI

### **MULYA, 1916120094 PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS KECAMATAN PANONGAN KABUPATEN TANGERANG)**

Skripsi . Program Studi Manajemen, 2023

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

Dari hasil analisis data penelitian, diperoleh hubungan antara variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,714 tingkat hubungan kuat. Untuk besarnya nilai pengaruh variabel (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 42,8% yang dilihat dari standardized Coefficients Beta. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  7,741 dan  $t_{tabel}$  1,660 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel (X1) terhadap (Y) memiliki pengaruh yang signifikan. Dari hasil analisis data penelitian, diperoleh hubungan antara variabel kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,782 tingkat hubungan kuat. Untuk besarnya nilai pengaruh variabel kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 42,4% yang dilihat dari standardized Coefficients Beta. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  7,178 dan  $t_{tabel}$  1,660 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki pengaruh yang signifikan. Dari hasil analisis data penelitian, diperoleh hubungan antara variabel citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,630 tingkat hubungan kuat. Untuk besarnya nilai pengaruh variabel citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 74.% yang dilihat dari standardized Coefficients Beta. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  9.224 dan  $t_{tabel}$  1,660 jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki pengaruh yang signifikan. Apabila secara simultan nilai hubungan antara variabel (X1) (X2) dan (X3) terhadap (Y) sebesar 0,783 tingkat hubungannya kuat. Berdasarkan hasil uji F (Anova) atau  $F_{hitung}$  sebesar 50.601 dimana lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2.70 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel (X1), (X2) dan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 60,0% sisanya 40,0% di pengaruhi oleh faktor lain.

## **ABSTRAKSI**

### **MULYA, 1916120094 PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS KECAMATAN PANONGAN KABUPATEN TANGERANG)**

Skripsi . Program Studi Manajemen, 2023

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

From the results of research data analysis, the relationship between the price variable (X1) and purchasing decisions (Y) is 0.714, a strong relationship level. The magnitude of the influence value of the variable (X1) which influences purchasing decisions (Y) is 42.8% as seen from the standardized Beta Coefficients. Based on the results of the hypothesis test, the value of tcount is 7.741 and ttable is 1.660, so tcount > ttable, then Ho is rejected, Ha is accepted, which means that the variable (X1) on (Y) has a significant influence. From the results of research data analysis, the relationship between the product quality variable (X2) and purchasing decisions (Y) is 0.782, a strong relationship level. The magnitude of the influence value of the product quality variable (X2) on purchasing decisions (Y) is 42.4% as seen from the standardized Beta Coefficients. Based on the results of the coefficient of determination test (R2). Based on the results of the hypothesis test, it was obtained with a value of tcount of 7.178 and ttable of 1.660, so tcount > ttable, Ho was rejected, Ha was accepted, which means that the product quality variable (X2) on purchasing decisions (Y) has a significant influence. From the results of research data analysis, the relationship between the brand image variable (X3) and purchasing decisions (Y) is 0.630, a strong relationship level. The magnitude of the influence value of the brand image variable (X3) on purchasing decisions (Y) is 74.% as seen from the standardized Beta Coefficients. Based on the results of the coefficient of determination test (R2). Based on the results of the hypothesis test, it was obtained with a value of tcount of 9.224 and ttable of 1.660, so tcount > ttable, Ho was rejected, Ha was accepted, which means that the brand image variable (X3) on purchasing decisions (Y) has a significant influence. If simultaneously the relationship value between variables (X1) (X2) and (X3) with (Y) is 0.783, the relationship level is strong. Based on the results of the F (Anova) test or Fcount of 50.601 which is greater than Ftable of 2.70 with a significance level of 0.000 because  $0.000 < 0.05$ , it can be concluded that the variables (X1), (X2) and (X3) simultaneously influence the variable (Y) is 60.0%, the remaining 40.0% is influenced by other factors.



## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini tepat pada waktu yang telah ditentukan oleh akademik, penulis memilih judul Tesis ini adalah sebagai berikut : “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.Sapta Kreasi di Kecamatan Curug Kabupaten Tangerang ” Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan demi perbaikan isi Skripsi ini dikemudian hari.

Dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar - besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Juanda, S.E.,S.H.,M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.
2. Bapak Bagus Caesar Sukmayuda, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen (STIE PPI) Tangerang.
3. Bapak Toni Suhara S.E., M.M Selaku Pembimbing dalam penulisan skripsi ini yang telah banyak memberikan petunjuk – petunjuk dalam penulisan skripsi ini.



4. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Program Sarjana Ekonomi Strata Satu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berharga.
5. Bapak dan Ibu Staf Administrasi Program Sarjana Ekonomi Strata Satu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.
6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua, Bapak dan Ibu atas segenap cinta kasih dan sayang serta dukungan yang sangat besar bagi penulis.
7. Teman – teman jurusan Manajemen yang sudah memberikan dukungan serta menjadi teman berbagi.
8. Pihak – pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas motivasi dan dukungannya

Pada akhirnya penulis berharap semoga penulisan tesis ini dapat bermanfaat baik bagi penulis sendiri maupun bagi para peneliti lanjutan yang memerlukan sebagian bahan referensi di kemudian hari.

Tangerang, 28 Juli 2023

**(Mulya)**

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pernyataan .....	ii
Halaman Persetujuan Skripsi .....	iii
Halaman Tanda Lulus Ujian Skripsi .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Abastrak .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	12
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian .....	13
E. Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Harga .....	16
B. Kualitas Produk .....	26
C. Citra Merek .....	29
D. Keputusan Pembelian .....	34
E. Kerangka Pemikiran .....	44
F. Hipotesis .....	45
G. Peneliti Terdahulu .....	46
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	55
B. Jenis dan Sumber Data .....	56
C. Metode Pengumpulan Data .....	58
D. Populasi dan Sampel .....	60
E. Variabel Penelitian .....	61
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	63
G. Teknik Analisa Data .....	68
H. Lokasi Penelitian .....	77
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Sejarah Perusahaan .....	78
B. Deskripsi Data Penelitian .....	87
C. Deskripsi Data Variabel .....	92
D. Analisis Hasil Penelitian .....	105
E. Pembahasan .....	125
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	130
B. Saran .....	132
<b>Daftar Pustaka</b>	
<b>Daftar Lampiran</b>	

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	46
2.1 Penelitian Terdahulu .....	59
3.1 Skala <i>Likert</i> .....	44
3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	63
3.3 Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi .....	72
4.1 Jenis Kelamin Responden .....	88
4.2 Pendidikan Responden .....	89
4.3 Pekerjaan Responden .....	91
4.4 Harga 1 .....	93
4.5 Harga 2 .....	93
4.6 Harga 3 .....	94
4.7 Harga 4 .....	94
4.8 Harga 5 .....	95
4.9 Kualitas Produk 1 .....	95
4.10 Kualitas Produk 2 .....	96
4.11 Kualitas Produk 3 .....	96
4.12 Kualitas Produk 4 .....	97
4.13 Kualitas Produk 5 .....	97
4.14 Citra Merek 1 .....	98
4.15 Citra Merek 2 .....	99
4.16 Citra Merek 3 .....	99
4.17 Citra Merek 4 .....	100
4.18 Citra Merek 5 .....	100
4.19 Keputusan Pembelian 1 .....	101
4.20 Keputusan Pembelian 2 .....	102
4.21 Keputusan Pembelian 3 .....	102
4.22 Keputusan Pembelian 4 .....	103
4.23 Keputusan Pembelian 5 .....	103
4.24 Validitas Variabel (X1) .....	105
4.25 Validitas Variabel (X2) .....	106
4.26 Validitas Variabel (X3) .....	107
4.27 Validitas Variabel (Y) .....	108
4.28 Reliabilitas Variabel (X1).....	109
4.29 Reliabilitas Variabel (X2).....	109
4.30 Reliabilitas Variabel (X3).....	110
4.31 Reliabilitas Variabel (Y).....	110
4.32 Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test .....	113
4.33 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	114
4.34 Hasil Uji Korelasi Parsial.....	115
4.35 Koefisien Determinasi X1, X2 dan X3 terhadap Y .....	117
4.36 Regresi Berganda .....	118
4.37 Uji T .....	120
4.36 Uji F .....	123

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Penjualan Smartphone .....	5
2.1 Kerangka Pemikiran.....	44
4.1 PT SAMSUNG ELECTRONICS INDONESIA .....	83
4.2 Pie Chart Jenis Kelamin.....	88
4.3 Pie Chart Pendidikan .....	90
4.4 Pie Chart berdasarkan Pekerjaan .....	92
4.5 Uji Normalitas ( <i>P-Plot</i> ) .....	112
4.6 Uji Normalitas (Histogram) .....	113