

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG DI
MEGASTORE PAKUWON MALL SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

MIA ANGGRAINI EKA PUTRI
18012010210 / FEB / EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG DI
MEGASTORE PAKUWON MALL SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

MIA ANGGRAINI EKA PUTRI
18012010210 / FEB / EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG DI
MEGASTORE PAKUWON MALL SURABAYA**

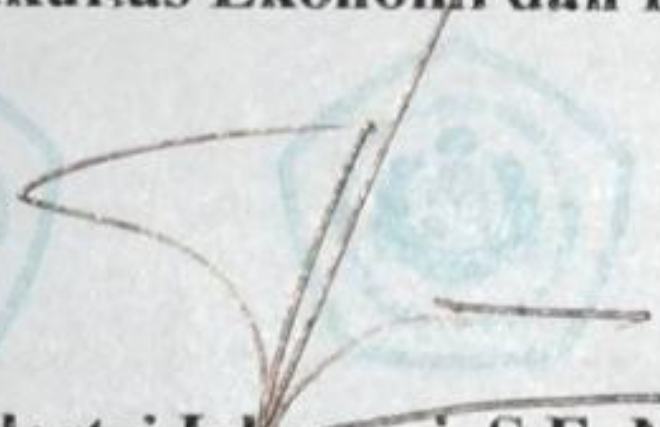
Disusun Oleh:

MIA ANGGRAINI EKA PUTRI
18012010210 / FEB / EM


**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal: 11 Juli 2022

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**


Sulastri Irbayuni, S.E., M.M
NIP 196206161989032001

Pembimbing Utama


Drs. Ec. Supriyono, M.M
NIP 196106261988031001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**


Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T
NIP 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat penilaian dan kelulusan program pendidikan Strata 1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada *Smartphone* Samsung di Megastore Pakuwon Mall Surabaya”**.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, diantaranya :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, M.T. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, S.E., M.M. selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam memberikan pengarahannya dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Kedua orang tua serta keluarga yang telah memberikan dukungan serta doanya sehingga Saya diberikan kelancaran pengerjaan skripsi ini.
6. Rekan Mahasiswa Beti Mei Setiyaningrum yang telah menemani Saya dari awal perkuliahan sampai dengan penyusunan skripsi ini.
7. Pihak perusahaan yang telah membantu melangkapi data dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna yang masih membutuhkan perbaikan serta koreksi. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan laporan ini agar dapat lebih baik lagi. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya teman-teman di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 03 April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Pemasaran.....	12
2.2.2 Kualitas Produk	13

2.2.3	Citra Merek	14
2.2.4	Keputusan Pembelian	16
2.3	Hubungan antar Variabel.....	18
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..	18
2.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.4	Kerangka Konsep	19
2.5	Hipotesis	19
BAB III.....		21
METODE PENELITIAN		21
3.1	Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	21
3.1.1	Kualitas Produk	21
3.1.2	Citra Merek	21
3.1.3	Keputusan Pembelian	22
3.1.4	Pengukuran Variabel.....	22
3.2	Populasi Dan Sampel.....	23
3.2.1	Populasi	23
3.2.2	Sampel	24
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.3.1	Jenis Data.....	25
3.3.2	Pengumpulan Data.....	25

3.4	Uji Validitas Dan Reabilitas	25
3.4.1	Uji Validitas	25
3.4.2	Uji Reabilitas	26
3.5	Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis	26
3.5.1	Teknik Analisis	26
3.5.2	Cara Kerja PLS.....	27
3.5.3	Model Spesifikasi PLS	28
3.5.4	Penduga PLS	28
3.5.5	Langkah-Langkah PLS	28
3.5.6	Asumsi PLS.....	35
3.5.7	Ukuran Sampel.....	36
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	37
4.1.1	Karakteristik Responden	37
4.1.2	Deskripsi Variabel Dan Indikatornya	39
4.2	Analisis Data	45
4.2.1	Evaluasi Outlier	45
4.2.2	Interpretasi Hasil PLS.....	47
4.3	Pembahasan	60

4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
BAB V.....	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand index.....	2
Tabel 1.2 Market Share Counterpoint.....	3
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan	38
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	41
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.6 Residuals Statistics	46
Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	48
Tabel 4.8 Cross Loading	50
Tabel 4.9 Average Variance Extraced (AVE).....	51
Tabel 4.10 Composite Reability	52
Tabel 4.11 Latent Variable Corelations	53
Tabel 4.12 R-Square	56
Tabel 4.13 Outer Weight (Mean, STDEV, T-Values)	58
Tabel 4.14 Path Coeficients (Mean, STDEV, T-Values).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Smartphone Samsung	4
Gambar 3.1 Langkah-Langkah PLS	29
Gambar 3.2 Contoh Diagram Jalur untuk PLS	31
Gambar 4.1 Outer Model dengan Factor Loading Path Coefficient dan R-Square	55

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SMARTPHONE* SAMSUNG DI
MEGASTORE PAKUWON MALL SURABAYA**

Oleh:

**Mia Anggraini Eka Putri
18012010210 / FEB / EM**

ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi semakin pesat diikuti dengan tanggapnya masyarakat dengan perkembangan tersebut. Seperti halnya penggunaan *smartphone*, saat ini hampir seluruh masyarakat di Indonesia telah mempunyai perangkat *smartphone*. Karenanya, hal ini mengakibatkan semakin banyaknya pengusaha *smartphone* yang ingin menguasai pasar. Kompetisi yang diciptakan oleh para pesaing *smartphone* menjadi sangat ketat. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sejumlah 55 responden serta membagikan pernyataan dibantu melalui software Google Forms. Pengumpulan sampel memakai *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan teknik analisa dengan metode SEM (Structural Equation Model) dengan basis komponen menggunakan Partial Least Square (PLS). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) kualitas produk memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian, dan (2) citra merek memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung di Megastore Pakuwon Mall Surabaya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian