

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
SMARTPHONE MEREK SAMSUNG
(Studi Pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)**

SKRIPSI



OLEH

ZHUSUF FALHAMDANY
NPM. 21042010122

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK SMARTPHONE MEREK SAMSUNG
(Studi Pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)
Disusun Oleh

ZHUSUF FALHAMDANY
NPM. 21042010122

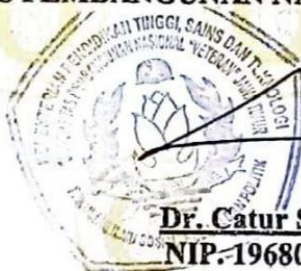
Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING



Maharani Ikaningtyas, SE., M.AB
NPT. 21219920526338

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

**LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
SMARTPHONE MEREK SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA UPN
"VETERAN" JAWA TIMUR)**

**Disusun Oleh
ZHUSUF FALHAMDANY
NPM. 21042010122**

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal**

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


**Maharani Ikaningtyas, SE., M.AB
NPT. 21219920526338**

TIM PENGUJI

1. Ketua


**Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007**

2. Sekretaris


**Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015**

3. Anggota


**Maharani Ikaningtyas, SE., M.AB
NPT. 21219920526338**

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**




**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zhusuf Falhamdany
NPM : 21042010122
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemuan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 5 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Zhusuf Falhamdany
NPM. 21042010122

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas karunia-NYA, shalawat serta salam semoga tercurah kepada Rasulullah SAW beserta keluarganya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi atau tugas akhir ini. Adapun judul dari skripsi ini yaitu *“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)*. Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir dan sebagai persyaratan lulus mendapatkan gelar sarjana. Penulis mengharapkan dari tugas akhir ini dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan pembaca. Dalam penyusunan skripsi atau tugas akhir ini, penulis menyadari dan merasakan bahwa adanya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dukungan. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, serta motivasi kepada penulis. Penulis juga menerima banyak bantuan dari berbagai pihak, dengan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Supratnoaji, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., M.A selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis yang dari awal telah membantu penulis dalam memenuhi persyaratan dari program Magang Mandiri Merdeka Belajar Kampus Merdeka.

3. Bapak Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang tiada henti memberikan doa dan dukungan agar dapat menyelesaikan program magang mandiri ini.
5. Teman-teman penulis yang senantiasa membantu dalam mengurus beberapa administrasi yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi atau tugas akhir hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya.

Surabaya, 3 Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Landasan Teori	23
2.2.1 Pemasaran.....	23
2.2.2 Citra Merek.....	24
2.2.3 Harga	28
2.2.4 Kualitas Produk	33
2.2.5 Keputusan Pembelian	35
2.3 Kerangka Berpikir	38
2.4 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
3.2.1 Definisi Operasional.....	43
3.2.2 Pengukuran Variabel	51
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	52
3.3.1 Populasi	52
3.3.2 Sampel	52
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1 Jenis Data.....	55
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	55
3.5 Teknik Analisis Data	56
3.5.1 Kualitas Data	56
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	57
3.5.3 Uji Analisis Regresi Berganda	59
3.5.4 Uji Hipotesis	59
3.6 Jadwal Penelitian	61

BAB IV PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Objek Penelitian dan Penyajian Data.....	63
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	63
4.1.2 Penyajian Data.....	67
4.2 Analisis SPSS	89
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	89
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	91
4.2.3 Analisis Regresi Berganda	93
4.3 Pembahasan Hasil Hipotesis.....	97
4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	97
4.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	98
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	99
4.3.4 Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	102
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian.....	103
BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komentar Pengguna <i>Smartphone</i> Samsung	7
Gambar 1.2 Diagram <i>Top Brand Index Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2024.....	10
Gambar 1.3 Total Pengiriman Unit Kuartal 1 Tahun 2024.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 4.1 Logo Samsung.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara Pengguna <i>Smartphone</i> Terbanyak di Dunia Tahun 2024.....	3
Tabel 1.2 Perbandingan Spesifikasi <i>Smartphone</i> Samsung Tahun 2024.....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional	48
Tabel 3.2 Skala Likert	52
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	70
Tabel 4.4 Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian	73
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	73
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Harga (X2)	77
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3)	81
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	90
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	91
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data.....	91
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	92
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	94
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	95
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	95
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	97
Tabel 4.18 Perbandingan Hasil Penelitian	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	115
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	122
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden.....	139
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	147
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	149
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas Data	150
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	151
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	151
Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	151
Lampiran 10 Hasil Uji T	151
Lampiran 11 Hasil Uji F	152
Lampiran 12 <i>Letter of Acceptance</i> (LOA) Jurnal	153
Lampiran 13 Skor Bukti Uji Plagiasi	154

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SMARTPHONE MEREK SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA UPN "VETERAN" JAWA TIMUR)

Zhusuf Falhamdany

**Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan
Politik**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Penelitian ini berisi tentang pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* merek samsung (studi pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kuantitatif dengan metode survei yang menilai produk *Smartphone* Samsung melalui kuesioner dengan penilaian tertentu. Dalam pengolahan data kuesioner penelitian ini menggunakan teknik analisis data Analisis Regresi Berganda dengan *software* SPSS. Populasi dalam penelitian ini, yaitu pengguna yang membeli/menggunakan *Smartphone* Samsung pada kalangan mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur yang berjumlah 22.976 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebanyak 156 responden. Sementara itu, untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonrandom sampling/nonprobability sampling* dengan beberapa kriteria sampel responden yang digunakan untuk penelitian, yaitu mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur dan pernah membeli/menggunakan produk *Smartphone* Samsung dengan pengumpulan data melalui penyebaran Google Formulir. Hasil analisis dalam penelitian ini, yaitu Citra Merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada produk *smartphone* merek Samsung dalam studi mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada produk *smartphone* merek Samsung dalam studi mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Kualitas Produk (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada produk *smartphone* merek Samsung dalam studi mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk (X1, X2, dan X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada produk *smartphone* merek Samsung dalam studi mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur.

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

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS FOR SAMSUNG BRAND SMARTPHONE PRODUCTS (A STUDY OF UPN "VETERAN" EAST JAVA STUDENTS)

Zhusuf Falhamdany

***Business Administration Study Program, Faculty of Social, Cultural, and
Political Sciences***

University of Pembangunan Nasional "Veteran" East Java

This study contains the influence of brand image, price, and product quality on purchasing decisions on Samsung brand smartphone products (a study on students of UPN "Veteran" East Java). This study aims to determine the influence of brand image, price, and product quality on purchasing decisions. The type of research used is quantitative, with a survey method that assesses Samsung Smartphone products in a questionnaire with a specific assessment. In analyzing the questionnaire data, this study employed the Multiple Regression Analysis technique using SPSS software. The population in this study consists of students who purchase or use Samsung smartphones at UPN "Veteran" in East Java, totaling 22,976 students. The sample used was 156 respondents. Meanwhile, the sampling technique in this study uses a nonrandom side/nonprobability sampling technique with several sample criteria for respondents used for the study, namely students of UPN "Veteran" East Java and have bought/used Samsung Smartphone products with data collection through the distribution of Google Forms. The results of the analysis in this study, namely Brand Image (X1), have a positive and significant effect on Purchase Decision (Y) on Samsung brand smartphone products in the study of UPN "Veteran" East Java students. Price (X2) has a positive and significant effect on Purchase Decision (Y) on Samsung brand smartphone products in the study of UPN "Veteran" East Java students. Product Quality (X3) does not have a positive and significant effect on Purchase Decision (Y) on Samsung brand smartphone products in the study of UPN "Veteran" East Java students. Brand Image, Price, and Product Quality (X1, X2, and X3) simultaneously have a positive and significant effect on Purchase Decision (Y) on Samsung brand smartphone products in the study of UPN "Veteran" East Java students.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, and Purchase Decision