

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HP ANDROID
SAMSUNG.**

**(Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo)**



NAMA : Oky Bayu Ari Pratama

NIM : 13413060

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

TAHUN 2021

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HP ANDROID
SAMSUNG.**

**(Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

NAMA : OKY BAYU ARI PRATAMA

NIM : 13413060

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

TAHUN 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HP ANDROID SAMSUNG.
(Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Oky Bayu Ari Pratama
NIM : 13413060
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo,

Pembimbing I


(Titi Rapih, SE, MM)
NIDN.0005056301

Pembimbing II


(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN.0710016101


Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si
NIK.1976050820050111

Dosen Penguji :


(Titi Rapih, SE, MM)
NIDN.0005056301


(Adi Santoso, SE., MM)
NIDN.0727118803


(Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom)
NIDN.0005057401

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengetahui pengaruh serta hubungan citra merek, kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk hp android samsung (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 99 responden. Pengujian instrumen dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji t (parsial), uji f (serempak) dengan menggunakan program SPSS 20. Hasil dari penelitian ini menerangkan bahwa variabel citra merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk hp samsung (Y), kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk hp samsung (Y), dan kepercayaan konsumen (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk hp samsung (Y). Diperoleh nilai *R Square* atau koefisien determinasi sebesar 0,484 artinya besarnya hubungan citra merek, kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk hp samsung adalah sebesar 48,4%, sedangkan sisanya sebesar 51,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini.

Motto dan Persembahan

Motto :

Berangkat dengan penuh keyakinan. Berjalan dengan penuh keikhlasan.

Istiqomah dalam menghadapi cobaan.

YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH

"hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar

(Al-Baqarah: 153)

Persembahan :

"Pertama aku persembahkan cinta dan sayangku kepada Allah SWT yang telah memberikan banyak kenikmatan yang begitu besar tanpa ada kekurangan dan keraguan

Kedua aku persembahkan cinta dan sayangku kepada Orang tuaku khususnya ibuku yang tiada henti memberikan dukungan dan kasih sanyangnya

Ketiga aku persembahkan cinta dan sayangku kepada istriku Ulfa Mariyana yang telah menjadi motivasi dan inspirasi yang tiada henti memberikan kasih sanyangnya, dukungan, semangat serta do'a yang tak pernah putus untukku

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. Wb.

Puji syukur disampaikan ALLAH SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HP ANDROID SAMSUNG”** (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

Penulis menyadari bahwa skripsi tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa ada dukungan, bimbingan, bantuan dan do'a dari orang tua maupun do'a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE.MM, selaku dosen pembimbing I Fakultas Eekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan segala arahan dan bimbingannya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Ibu Dra. Umi Farida, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan segala arahan dan bimbingannya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih selama di bangku kuliah.
4. Kedua orang tua, yang selalu membimbing dan memberikan arahan serta do'a demi kalancaran dan kesuksesan dalam kehidupan di dunia maupun akhirat.
5. Teman-teman seperjuangan, terima kasih atas do'a dan dukungan yang diberikan. Semoga Allah membalas semua kabaikannya.
6. Seluruh Responden, terima kasih waktu dan kesediaannya dalam pengisian kuesioner sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis berikan dan semoga skripsi ini bermanfaat dan bisa menjadi masukan serta tambahan wawasan bagi pembaca. Penulis dengan rendah hati menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran

dan kritik yang membangun guna terciptanya skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan mohon maaf apabila dalam penyajian skripsi ini terdapat banyak kesalahan dan kekurangan.

Ponorogo, 4 Februari 2021

Penulis,

Okky Bayu Ari Pratama

NIM. 13413060



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 4 Februari 2021



(Oky Bayu Ari Pratama)
NIM. 13413060

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Ringkasan	ii
Persembahan	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Konsep Pemasaran	10
2.1.3 Teori Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	13
2.2 Pengertian Merek dan Citra Merek	16
2.2.1 Pengertian Merek	16
2.2.2 Pengertian Citra Merek	18
2.3 Kualitas produk	21
2.3.1 Indikator Kualitas Produk	22

2.4 Kepercayaan Konsumen	22
2.4.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	22
2.4.2 Indikator Kepercayaan Konsumen	23
2.4.3 Komponen Kepercayaan Konsumen	23
2.5 Keputusan Pembelian	24
2.5.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	28
2.6 Penelitian Terdahulu	30
2.7 Kerangka Pemikiran	35
2.8 Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	38
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.2.1. Populasi	39
3.2.2. Sampel	40
3.3 Sumber Data dan Jenis data.....	40
3.4 Devynisi Operasional Variabel.....	43
3.5 Metode Analisis Data	44
3.5.1 Uji Instrumen.....	45
3.5.2 Alat analisis	47
3.5.3 Uji Hipotesis	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	51
4.1.2 Daftar Nama Mahasiswa.....	51
4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.4 Tanggapan Responden	58

4.4.1	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek	59
4.4.2	Gambaran Responden Mengenai Kualitas Produk	61
4.4.3	Gambaran Responden Berdasarkan Kepercayaan Konsumen	63
4.4.4	Gambaran Responden Berdasarkan keputusan Pembelian	65
4.5	Uji hasil Penelitian.....	68
4.5.1	Uji Instrumen.....	68
4.6	Pembahasan	83
4.6.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk HP Android sSamsung	83
4.6.2	Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk HP Android Samsung	85
4.6.3	Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk HP Android Samsung	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	89
5.2.	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Daftar Kelas dan Jumlah Mahasiswa	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 4.1 Daftar Nama Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo .	46
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.4 Frekuensi Tanggapan Responden citra merek.....	53
Tabel 4.5 Frekuensi Tanggapan Responden Kualitas Produk	55
Tabel 4.6 Frekuensi Tanggapan Responden Kepercayaan Konsumen	57
Tabel 4.7 Frekuensi Tanggapan Responden Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.9 Hasil Uji reliabilitas	64
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.11 Analisis Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.12 Hasil uji t.....	69
Tabel 4.13 Hasil uji f	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran Marketing Mix	15
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Kurva t Hitung untuk Citra Merek (X1)	70
Gambar 4.2 Kurva t Hitung untuk Kualitas Produk (X2).....	71
Gambar 4.3 Kurva t Hitung untuk Kepercayaan Konsumen(X3)	72
Gambar 4.4 Kurva Uji f.....	75

