

**HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*HANDPHONE SAMSUNG* PADA MAHASISWA PROGRAM  
STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA FAKULTAS EKONOMI  
DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**ALFI FITRI YENI  
8135134115**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2017**

***THE CORRELATION BETWEEN REFERENCE GROUP AND  
BRAND IMAGE WITH PURCHASE DECISION HANDPHONE  
SAMSUNG IN THE STUDY PROGRAM OF COMMERCE  
EDUCATIONSTUDENT FACULTY OF ECONOMICS IN STATE  
UNIVERSITY OF JAKARTA***

**ALFI FITRI YENI  
8135134115**



*Building  
Future  
Leaders*

***Thesis is Organized As One of The Requirements For Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2017***

## ABSTRAK

**ALFI FITRI YENI.** Hubungan Antara Kelompok Referensi dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian *Handphone Samsung* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi, Jakarta, Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, selama empat bulan terhitung sejak Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian dan hubungan antara citra merek dengan keputusan pembelian *handphone Samsung* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Metode yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang pernah membeli *handphone Samsung*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 110 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 45,91 + 0,59X_1$  dan  $\hat{Y} = 36,60 + 0,74X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *Liliefors* menghasilkan  $L_{hitung} = 0,0803$  untuk Y atas X1 dan  $L_{hitung} = 0,0791$  untuk Y atas X2, sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 110$  pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,0844. Karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran regresi Y atas X1 dan Y atas X2 berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu,  $1,12 < 1,56$  untuk X1 dan  $1,11 < 1,60$  untuk X2 sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu,  $84,85 > 3,91$  untuk X1 dan  $86,17 > 3,91$  untuk X2, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *product moment* dari *Pearson* menghasilkan  $r_{xy} = 0,663$  untuk X1 dan  $r_{xy} = 0,666$  untuk X2, selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan  $t_{hitung} = 9,211$  untuk X1 dan  $t_{hitung} = 9,238$  untuk X2 dan  $t_{tabel} = 1,66$  Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,663$  untuk X1 dan  $r_{xy} = 0,666$  untuk X2 adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 44,00% yang menunjukkan bahwa 44,00% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kelompok referensi dan 44,38% yang menunjukkan bahwa 44,38% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh citra merek.

## ABSTRACT

**ALFI FITRI YENI.** *The Correlation Between Reference Group And Brand Image With Purchase Decision Handphone Samsung in the Study Program of Commerce Education Student Faculty of Economics in State University of Jakarta. Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics. State University of Jakarta.*

*This research was conducted in the Study Program of Commerce Education Student Faculty of Economics in State University of Jakarta, for four months, starting from March 2017 to June 2017. The purpose of this study is to determine correlation between reference group with purchase decision and correlation between brand image with purchase decision Handphone Samsung in the Study Program of Commerce Education Student Faculty of Economics in State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlational approach, population used are all Commerce Education Student Faculty of Economics in State University of Jakarta who ever bought handphone Samsung. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 110 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 45,91 + 0,59X_1$  and  $\hat{Y} = 36,60 + 0,74X_2$ . Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with test Liliefors produce  $L_{count} = 0,0803$  for Y on X1 and  $L_{count} = 0,0791$  for Y on X2, while  $L_{table}$  for  $n = 110$  at 0,05 significant level is 0,0844. Because  $L_{count} < L_{table}$  the estimated error regression of Y over X<sub>1</sub> and Y over X<sub>2</sub> normally distribution. Testing Linearity of regression produces  $F_{count} < F_{table}$  is  $1,12 < 1,56$  for X1 and  $1,11 < 1,60$  for X2, so it is concluded that the linear equation regression. Hypothesis testing from the significance regression produces  $F_{count} > F_{table}$  which,  $84,85 > 3,91$  for X1 and  $86,17 > 3,91$ , meaning that the regression equation is significant. Correlation coefficient of Pearson Product moment generating  $r_{xy} = 0,663$  for X1 and  $r_{xy} = 0,666$  for X2, than performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ ,  $t_{count} = 9,211$  for X1 and  $t_{count} = 9,238$  for X2 and  $t_{table} = 1,66$ . It can conclude that the correlation coefficient  $r_{xy} = 0,663$  for X1 and  $r_{xy} = 0,666$  for X2 is positive and significant. The coefficient of determination obtain for is 44,00% which show that 44,00% of the variant of purchase decision is determined by reference group and 44,38% which show that 44,38% of the variant of purchase decision is determined by brand image.*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana E. S. M. Bus  
NIP. 196712071992031001

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	TANGGAL
1. <u>Dr. Corry Yohana, M.M.</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		15 Juni 2017
2. <u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M.M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Penguji Ahli		15 Juni 2017
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Sekretaris		15 Juni 2017
4. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing I		15 Juni 2017
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		15 Juni 2017

Tanggal Lulus : 7 Juni 2017

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 7 Juni 2017

Yang membuat pernyataan



Alfi Fitri Yeni  
8135134115

## **LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman diantaramu  
dan orang-orang yang berilmu beberapa derajat*

*(Q.S. Al-Mujadilah: 11)*

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin

Puji syukur kepada Allah Subhanu Wata'ala karena atas rahmat dan ni'mat-Nya  
saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang saya sayangi  
yang telah memberikan do'a dan dukungannya baik moril maupun materiil dan  
tidak lupa adik-adik saya yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan  
skripsi ini. Doa dan dukungan selalu mengalir demi kemudahan dan kelancaran  
dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak lupa dengan segala pengorbanan dalam  
bentuk materi yang telah menyokong saya selama berkuliah.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Kelompok Referensi dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian *Handphone Samsung* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Nurahma Hajat, M. Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, saran, arahan dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, saran, arahan, dukungan, semangat, waktu dan tenaga dalam membimbing serta memberikan ilmu yang dimiliki kepada peneliti.
3. Usep Suhud, Ph.D selaku dosen pembimbing akademik.
4. Dr. Corry Yohana, M.M. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga.



5. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
7. Yayasan Karya Salemba Empat dan para donatur, khususnya BPJS yang telah membiayai penulis selama dua semester terakhir.
8. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga B 2013.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun skripsi ini masih jauh sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran, kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Mei 2017

Alfi Fitri Yeni