

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK APPLE: SURVEI PADA
PENGUNJUNG SUMMARECON MALL BEKASI**

**TELLY
8215118149**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Gelar Sarjana
Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, PRODUCT
QUALITY AND SOCIAL FACTOR TOWARDS PURCHASE
DECISION APPLE SMARTPHONE: SURVEY AT
SUMMARECON MALL BEKASI***

**TELLY
8215118149**



**Thesis is organized as one of the requirements for a Bachelor of Economics
State University of Jakarta**

**Management Study Program
Department of Management
Faculty of Economics
State University of Jakarta
2015**

ABSTRAK

Telly, 2015; Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Apple (Survey Pada Pengunjung Summarecon Mall Bekasi). Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si dan Usep Suhud, M.Si, Ph.D

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Apple, 2) untuk mengetahui apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Apple, 3) untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Apple, 4) untuk mengetahui apakah faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Apple. Objek penelitian ini ialah 200 responden yang telah menggunakan *smartphone* merek Apple. Hasil pengujian deskriptif menjelaskan bahwa masih terdapat kurangnya pengaruh citra merek dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Apple. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) Adanya pengaruh yang signifikan dari citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Apple sebesar 19.4%. 2) Adanya pengaruh yang signifikan dari harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Apple sebesar 18.3%. 3) Adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Apple sebesar 15.7%. 4) Adanya pengaruh yang signifikan dari faktor sosial terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Apple sebesar 19.7%.

Kata kunci: keputusan pembelian, citra merek, harga, kualitas produk, faktor sosial dan *smartphone* merek Apple.

ABSTRACT

Telly, 2015; The Influence of Brand Image, Price, Product Quality and Social Factor towards Purchase Decision Smartphone Apple (Survey at Summarecon Mall Bekasi). Skripsi, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory: Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si & Usep Suhud, M.Si, Ph.D

The purpose of this research are: 1) to know influential positive and significant brand image toward purchase decision smartphone Apple, 2) to know influential positive and significant price toward purchase decision smartphone Apple, 3) to know influential positive and significant product quality toward purchase decision smartphone Apple, 4) to know influential positive and significant social factor toward purchase decision smartphone Apple. Object of the research consist of 200 respondent that already use smartphone Apple. The result of descriptive test shows;1) the significant influence of brand image toward purchase decision smartphone Apple 19.4 %, 2) the significant influence of price toward purchase decision smartphone Apple 18.3 %, 3) the significant influence of product quality toward purchase decision smartphone Apple 15.7 % and 4) the significant influence of social factor toward purchase decision smartphone Apple 19.7 %

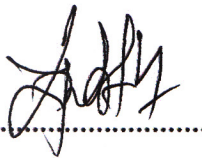
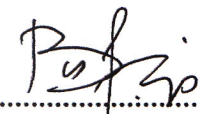
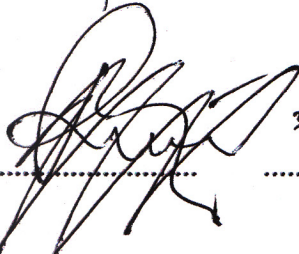
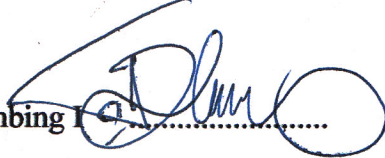
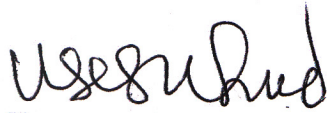
Keywords: purchase decision, brand image, price, product quality, social factor, and smartphone Apple

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi**



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 19571207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		31/7 15
2. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Sekretaris		31/7 15
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Penguji Ahli		31/7 15
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Pembimbing I		31/7 15
5. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 19720212 200812 1 001	Pembimbing II		31/7 15

Tanggal Lulus : 29 Juli 2015

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 pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 31 Juli 2015

Yang membuat pernyataan



Telly

No.Reg 8215118149

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan rasa syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa peneliti sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak . Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I
2. Bapak Usep Suhud, M. Si, Ph.D selaku dosen pembimbing II
3. Bapak Dr. Mohamad Rizan, SE, MM dan Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen penguji.
4. Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Hamidah, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
6. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
7. Mbak Fitri selaku staff jurusan Manajemen yang telah membantu urusan administrasi. Bantuan yang diberikan sangat membantu peneliti.

8. Kedua keluarga saya yang sudah melimpahkan begitu banyak perhatian, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.

9. Para teman dekat dan sahabat saya M. Rizal Habibi, Meisa Valmai Azaria, Bowo Kurniawan, Listya Tinamora, Elke Sabrina, Dede Rosmauli, Fitra Ramadhani, Rahma Fathia dan teman Manajemen 2011 lainnya yang sama-sama berjuang dalam penulisan skripsi. Saling memotivasi dan berbagi informasi sangat membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan rasa terima kasih peneliti atas kebaikan yang telah anda semua berikan selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2015

Telly