

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
DI JAKARTA**

**DWI RIYADI
8135152639**



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND
ADVERTISEMENT ON PURCHASE DECISION OF SAMSUNG
SMARTPHONE IN STUDENTS OF THE ECONOMIC FACULTY OF
JAKARTA STATE UNIVERSITY IN JAKARTA**

**DWI RIYADI
8135152639**



*Building
Future
Leaders*

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

**STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2019**

ABSTRAK

DWI RIYADI, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sedang menggunakan *smartphone* Samsung, selama enam bulan terhitung sejak Januari 2019 sampai dengan Juni 2019. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk, citra merek dan iklan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 120 orang. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan hasil pengujian dapat diketahui nilai Asymp. Sig nilai residual dari keseluruhan variabel adalah 0,200. maka dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga keseluruhan data dianggap normal. Persamaan regresi yang dihasilkan antara X1 dengan Y adalah $\hat{Y} = 30,154 + 0,368 X_1$. Selanjutnya dilakukan uji koefisien regresi parsial (uji t) dan didapatkan hasil t hitung $4,332 > t$ tabel 1.65810 untuk kualitas produk (X1) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian (Y). Sedangkan persamaan regresi yang dihasilkan antara X2 dengan Y adalah $\hat{Y} = 35,659 + 0,370 X_2$. Selanjutnya dilakukan uji koefisien regresi parsial (uji t) dan didapatkan hasil t hitung $4,064 > t$ tabel 1.65810 untuk citra merek (X2) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek dan keputusan pembelian (Y). Kemudian persamaan regresi yang dihasilkan antara X3 dengan Y adalah $\hat{Y} = 34,830 + 0,397 X_3$. Selanjutnya dilakukan uji koefisien regresi parsial (uji t) dan didapatkan hasil t hitung $4,938 > t$ tabel 1.65810 untuk iklan (X3) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara iklan dengan keputusan pembelian (Y). Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,137 untuk kualitas produk, 0,123 untuk citra merek dan 0,171 untuk iklan. Maka dapat disimpulkan keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas produk sebesar 13,7%, citra merek sebesar 12,3%, dan iklan sebesar 17,1%, dan sisanya ditentukan oleh variabel lain.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Iklan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

DWI RIYADI, The Influence of Product Quality, Brand Image and Advertisements on Purchasing Decisions of Samsung Smartphones on Students of the Faculty of Economics, Jakarta State University in Jakarta.

This research was conducted at the Students of the Faculty of Economics, Jakarta State University who were using Samsung smartphones, for six months from January 2019 to June 2019. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, brand image and advertising on Samsung smartphone purchasing decisions for students Faculty of Economics, Jakarta State University. The research method used is a survey method with a quantitative approach. The sampling technique used was a purposive sampling technique of 120 people. Test requirements analysis, namely the normality test using the Kolmogorov Smirnov test with the test results can be known as the value of $Asymp. Sig$ the residual value of the whole variable is 0.200. it can be concluded that the value is greater than 0.05 so that the overall data is considered normal. The resulting regression equation between X1 and Y is $\hat{Y} = 30.154 + 0.368 X1$. Then the partial regression coefficient test (t test) and the results obtained t count $4.332 > t$ table 1.65810 for product quality (X1) can thus be concluded that there is a positive and significant relationship between product quality and purchasing decisions (Y). Whereas the regression equation produced between X2 and Y is $\hat{Y} = 35,659 + 0.370 X2$. Then the partial regression coefficient test (t test) and the results obtained t count $4.064 > t$ table 1.65810 for brand image (X2) can thus be concluded that there is a positive and significant relationship between brand image and purchasing decision (Y). Then the regression equation produced between X3 and Y is $\hat{Y} = 34,830 + 0,397 X3$. Then the partial regression coefficient test (t test) and the results obtained t count $4.938 > t$ table 1.65810 for advertising (X3) thus it can be concluded that there is a positive and significant relationship between advertising and purchasing decisions (Y). The coefficient of determination obtained is 0.137 for product quality, 0.123 for brand image and 0.171 for advertising. Then it can be concluded that the purchase decision is determined by product placement of 13.7%, brand image of 12.3%, and advertising of 17.1%, and the remainder is determined by other variables.

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Ryna Parlina, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Ketua Penguji		12-8-2019
2. <u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Penguji Ahli		12-8-2019
3. <u>Terylina Arvinta M,SE, MM</u> NIDK. 8854660018	Sekretaris		12-8-2019
4. <u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985092011	Pembimbing I		12-8-2019
5. <u>Dita Puruwita, S.Pd, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Pembimbing II		12-8-2019

Tanggal Lulus : 1 Agustus 2019

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 Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saat buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Agustus 2019
Yang pembuat pernyataan,



Dwi Riyadi
NIM: 8135152639

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Ridho Allah adalah ridho orang tua”

“Because in this world, the ones who are smiling are the strongest”

(All Might / Toshinori Yagi)

Alhamdulillah rabbil 'alamin saya sangat bersyukur karena atas izin Allah

Subhanahu wa ta'ala saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ayah, Ibu dan seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan selama pengerjaan skripsi ini sehingga memberikan motivasi yang begitu besar kepada saya. Tak lupa juga saya persembahkan skripsi ini kepada

Ibu Corry Yohana dan Ibu Dita Puruwita yang selalu memberikan saya bimbingan serta teman-teman yang telah membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di 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 terselesaikantanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam membimbing serta memberikan nasihat dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dita Puruwita, S.Pd, M.Si selaku dosen pembimbing II yang selalu sabar dan baik hati dalam membimbing saya serta teman-teman seperbimbingan lainnya, serta banyak memberikan nasihat, pembelajaran serta motivasi dalam setiap bimbingannya.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang sangat professional dan selalu memberikan ilmu yang berguna bagi saya selama ini

5. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.
7. Kedua orang tua yang sangat saya cintai yaitu, Ibu Kartinah dan Bapak Rakiman, serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan selalu memberikan motivasi yang besar kepada saya.
8. Ratu Nirmala yang selalu memberikan dukungan serta selalu mendoakan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Kawan-kawan seperjuangan Pendidikan Bisnis 2015, terkhusus M. Faris, Febri Setiawan, Doni Asman Lahagu yang selalu berjuang bersama.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tidak ada yang sempurna karena kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT, begitupula dengan skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat berterima kasih jika ada saran maupun kritik yang ingin diberikan.

Jakarta, Juli 2019

Dwi Riyadi