

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS
AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS OF
SMARTPHONE IPHONE STUDENTS IN JAKARTA***

MAUDY RAGILIA ANDRIANI

8135163915



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

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

BUSINESS STUDIES EDUCATION

PROGRAM FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* IPHONE PADA MAHASISWA
DI JAKARTA**

MAUDY RAGILIA ANDRIANI

8135163915



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**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

2020

ABSTRAK

MAUDY RAGILIA, Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Smartphone* Iphone di Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra merek, kesadaran merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* iphone pada mahasiswa di Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Jakarta, selama enam bulan dari bulan Januari hingga bulan Juni 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah konsumen *smartphone* iphone pada mahasiswa di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 202 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 22,572 + 0,093 X_1 + 0,895 X_2 + 0,082 X_3$. Uji persyaratan analisis adalah uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikansi Y bernilai sebesar 0,055, X_1 bernilai sebesar 0,53, X_2 bernilai 0,200, dan X_3 bernilai 0,058 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 , Y atas X_2 , dan Y atas X_3 menghasilkan nilai signifikansi pada linieritas yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan memiliki hubungan yang linier. Selanjutnya dilanjutkan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 2,976$ dan $t_{tabel} = 1,65259$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 31,265$ dan $t_{tabel} = 1,65259$, Y atas X_3 $t_{hitung} = 3,314$ dan $t_{tabel} = 1,65259$. Nilai koefisien korelasi antara citra merek (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) adalah 0,588, kesadaran merek (X_2) dengan keputusan pembelian (Y) adalah 0,941, dan kualitas produk (X_3) dengan keputusan pembelian (Y) adalah 0,314. Jadi terdapat hubungan positif dan signifikan antar citra merek terhadap keputusan pembelian. Begitu pula dengan antar kesadaran merek terhadap keputusan pembelian menghasilkan hubungan yang positif. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan pula antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek, kesadaran merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 , X_2 , X_3 yang diperoleh sebesar 0,896 yang menunjukkan bahwa 89,6% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek, kesadaran merek, dan kualitas produk sedangkan 10,4% lainnya dipengaruhi variabel lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Citra Merek, Kesadaran Merek, Kualitas Produk

ABSTRAK

MAUDY RAGILIA, *The Influence of Brand Image, Brand Awareness, and Product Quality on Purchasing Decisions on Iphone Smartphones in Students in Jakarta.*

The purpose of this study was to determine the relationship between brand image, brand awareness, and product quality on iPhone smartphone purchasing decisions among students in Jakarta. This research was conducted in Jakarta, for six months from January to June 2020. The research method that researchers used was a survey method with a correlational approach, the population used was iPhone smartphone consumers among students in Jakarta. The sampling technique used was purposive sampling of 202 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 22.572 + 0.093 X1 + 0.895 X2 + 0.082 X3$. The analysis requirements test is the normality test using the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and produces a significance level of Y with a value of 0.055, X1 is 0.53, X2 is 0.200, and X3 is 0.058. It is concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. The regression linearity test of Y on X1, Y on X2, and Y on X3 resulted in a significance value on linearity, namely $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that it has a linear relationship. Then proceed with the t test and produce Y on X1 $t_{count} = 2.976$ and $t_{table} = 1.65259$, Y on X2 $t_{count} = 31.265$ and $t_{table} = 1.65259$, Y on X3 $t_{count} = 3,314$ and $t_{table} = 1.65259$. The correlation coefficient value between brand image (X1) and purchase decision (Y) is 0.588, brand awareness (X2) and purchase decision (Y) is 0.941, and product quality (X3) and purchase decision (Y) is 0.314. So there is a positive and significant relationship between brand image and purchasing decisions. Likewise, brand awareness of purchasing decisions produces a positive relationship. There is also a positive and significant relationship between product quality and purchasing decisions. Thus it can be concluded that there is a positive and significant relationship between brand image, brand awareness, and product quality on purchasing decisions. The coefficient of Y determination on X1, X2, X3 obtained is 0.896 which indicates that 89.6% of the purchasing decision variable is influenced by brand image, brand awareness, and product quality while the other 10.4% is influenced by other variables.

Keywords: *Purchase Decision, Brand Image, Brand Awareness, Product Quality*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Maudy Ragilia Andriani
NIM : 8135163915
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Pendidikan Bisnis
Alamat email : ragiliamaudy@gmail.com Type your text

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa Di Jakarta


Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.







Jakarta

Penulis

()
Maudy Ragilia Andriani

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | | | |
|---|---|--|-----------------|
| Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd NIP. 197207152001121001 | | | |
| No | Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
| 1 | <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP.197701112008122003 (Ketua) |  | 19 Agustus 2020 |
| 2 | <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M</u> NIDN. 8854660018 (Sekretaris) |  | 19 Agustus 2020 |
| 3 | <u>Dr. Curry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Penguji Ahli) |  | 19 Agustus 2020 |
| 4 | <u>Des. Nardin Hidayat, M.M.M.Si</u> NIP. 19661030200012001 (Pembimbing 1) |  | 19 Agustus 2020 |
| 5 | <u>Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd</u> NIP. 199302202019032022 (Pembimbing 2) |  | 19 Agustus 2020 |
| Nama : Maudy Ragilia Andriani No. Registrasi : 8135163915 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 19 Agustus 2020 | | | |

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoin warna biru

F072820

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

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 dipublikasikan, 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, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 8 Agustus 2020

METERAI
STAMP
6000
MARDY RAGILIA ANDRIANI



LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Memberi Tanpa Mengharapkan Kembali”

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” (QS. Al – Insyirah: 6)

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji bagi Allah SWT, karna rahmat dan hidayah-Nya Peneliti menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini Saya persembahkan Untuk Ibu, Bapak dan Keluarga-keluarga saya yang selalu memberikan Doa, dan dukungan dan menyayangi Saya dengan tulus untuk mengejar cita-cita saya. Saya persembahkan juga skripsi ini untuk Bapak Nurdin dan Bu Nadya yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone pada Mahasiswa 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 terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, M.M,M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu,saran dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd sebagai dosen pembimbing II yang sangat berjasa dalam membimbing , memberi ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parlyna, MBA sebagai Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
4. Usep Suhud Ph.D selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
5. Dr. Ari Saptono, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Kedua orang tua tercinta saya, yaitu Ibu Sonia Apriyanti dan Bapak Jimmy Loebis, serta kakak saya Rizky Adrian Ramadhani yang selalu mendukung, menemani dan menyayangi saya dengan tulus.
8. Serta teman-teman Pendidikan Bisnis 2016 yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sudah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.

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

Jakarta, Januari 2020

Maudy Ragilia A.