

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE MEREK SAMSUNG**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Ekonomi



Oleh

FRANSISKA LOPES DA CRUZ

NIM 1817041231

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui

Pembimbing I,



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP. 19850504 201504 2 001

Pembimbing II,



Dr. I Wayan Bagia, M.Si
NIP. 196812311993031012

Skripsi oleh Fransiska Lopes Da Cruz
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 23 Februari 2022

Dewan Penguji,



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.
NIP. 19850504 201504 2 001

(Ketua)



Dr. I Wayan Bagia, M.Si
NIP. 19681231 199303 1 012

(Anggota)



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA.
NIP. 19820831 201012 1 001

(Anggota)

Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Pada:

Hari : Rabu

Tanggal: 23 Februari 2022

Mengetahui,

Ketua ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 19681029 199303 2 001

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 19830921 201504 1 001



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.SI., Ak., CA., CPA.
NIP 19790616 200212 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 16 Mei 2022

Yang membuat pernyataan,



Fransiska Lopes Da Cruz

NIM 1817041231

MOTTO

“Effort makes you. You will regret someday if you don’t do your best now. Don’t think it’s too late but keep working on it. It takes time, but there’s nothing that gets worse due to practicing. So practice, you may get depressed, but it’s evidence that you are doing good”

~ Jeon Jungkook of BTS



KATA PERSEMBAHAN

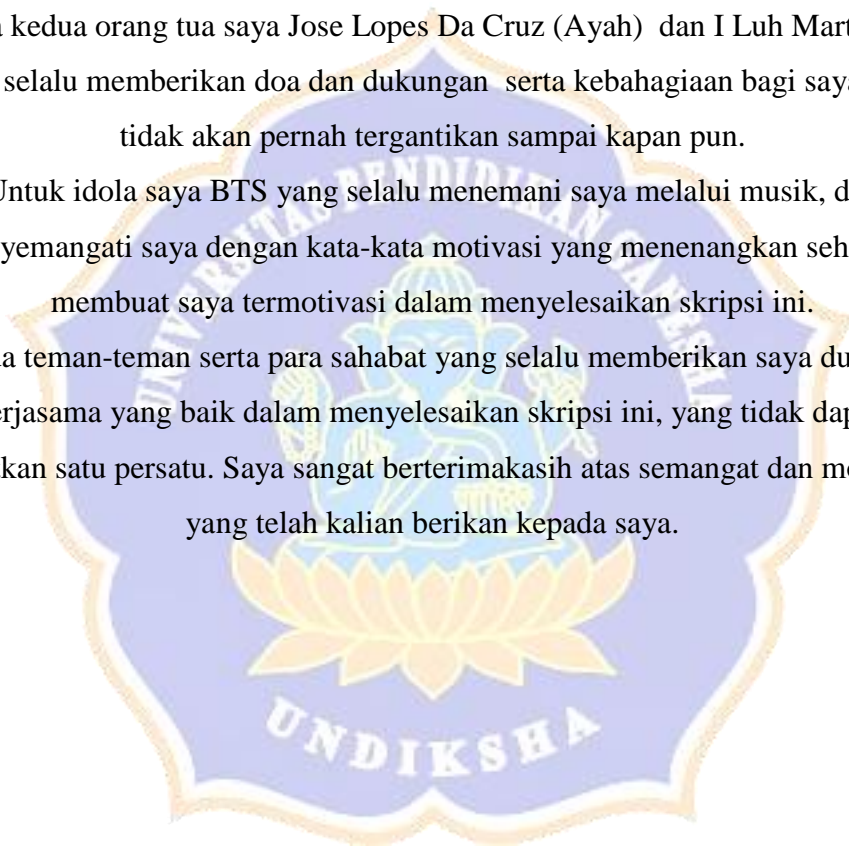
Puji syukur saya panjatkan dihadapan Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada pembimbing Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M dan Dr. I Wayan Bagia, M.Si yang selalu senantiasa memberikan bimbingan, saran, masukan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan mengantar saya pada kelulusan.

Kepada kedua orang tua saya Jose Lopes Da Cruz (Ayah) dan I Luh Martini (Ibu) yang selalu memberikan doa dan dukungan serta kebahagiaan bagi saya yang tidak akan pernah tergantikan sampai kapan pun.

Untuk idola saya BTS yang selalu menemani saya melalui musik, dan menyemangati saya dengan kata-kata motivasi yang menenangkan sehingga membuat saya termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada teman-teman serta para sahabat yang selalu memberikan saya dukungan dan kerjasama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Saya sangat berterimakasih atas semangat dan motivasi yang telah kalian berikan kepada saya.



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya-lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., CA, CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M, selaku Pembimbing I yang dengan sabar dan kesungguhan hati memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Dr. I Wayan Bagia, M.Si, selaku Pembimbing II dan Pembimbing Akademik yang dengan sabar dan kesungguhan hati dalam membimbing penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan memberikan motivasi selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dan memberikan berbagai macam informasi selama perkuliahan.
9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan pelayanan dan memberikan kemudahan dalam peminjaman buku-buku yang diperlukan dalam penyusunan skripsi.

10. Kedua orang tua penulis (Jose Lopes Da Cruz dan I Luh Martini), saudara penulis (Maria Yosefa Lopes Da Cruz, Lusiana Meri Andani Lopes, Decha Paulina Lopes Da Cruz dan Delia Christin Lopes Da Cruz), serta keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi dengan penuh kasih sayang, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Ketujuh idol saya (RM, Jin, Suga, j-hope, Jimin, V, dan Jungkook) yang selalu menjadi inspirasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat dan para teman, Nova Rini, Tiwa Hendrawan, Wiwin Suryastini, Wiwik Pratiwi, Sintya Dewi, Bayu Pramana, Eka Restu, Devita, Cathlin, Miya, teman-teman ARMY serta teman-teman Manajemen angkatan tahun 2018 yang turut memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang berkaitan dalam penyusunan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari atas segala keterbatasan yang tersaji dalam skripsi ini yang masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan masukannya dari para pembaca yang bersifat membangun dari berbagai pihak untuk sebagai masukan bagi para penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat secara langsung bagi para pembaca.

Singaraja, 6 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

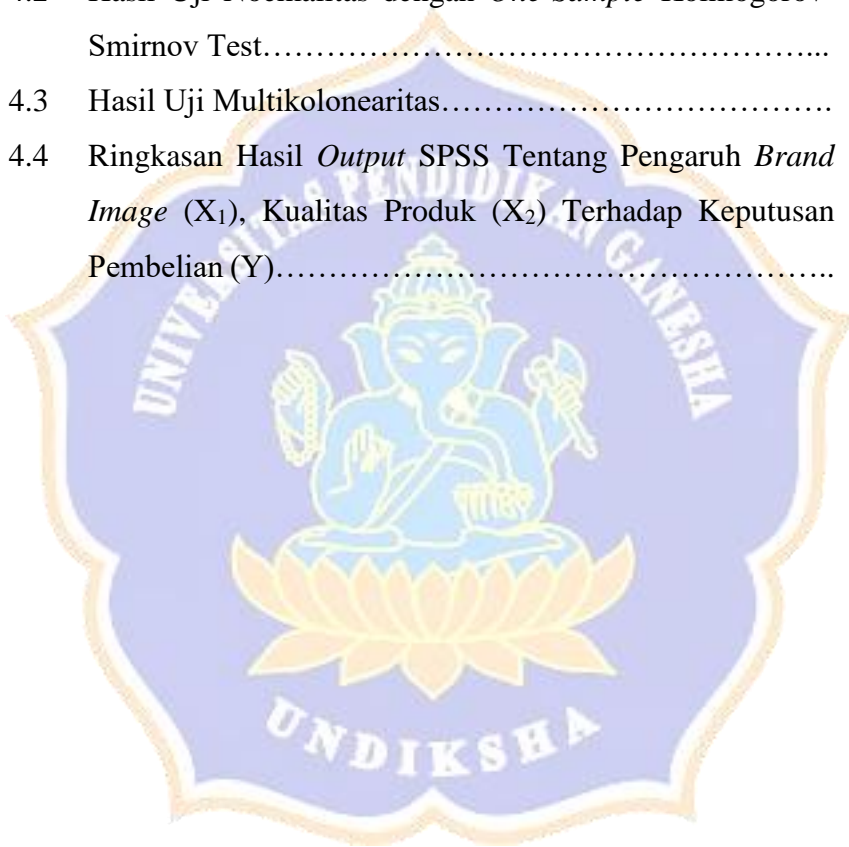
	Halaman
PRAKARTA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	10
2.2 <i>Brand Image</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	13
2.2.2 Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i>	13
2.3 Kualitas Produk.....	15
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.3.2 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	16
2.4 Hasil Penelitian yang Relevan.....	17
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.5.1 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	23

2.5.2	Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.5.3	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.6	Kerangka Berpikir.....	24
2.7	Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Rancangan Penelitian.....	27
3.2	Subjek dan Objek Penelitian.....	27
3.3	Sampel Penelitian.....	27
3.4	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	29
3.5	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	30
3.5.1	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5.2	Instrumen Pengumpulan Data.....	30
3.6	Metode Dan Teknik Analisis Data.....	32
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.6.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.7	Pengujian Hipotesis.....	37
3.7.1	Uji Simultan (Uji F).....	37
3.7.2	Uji Parsial (Uji t).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Deskripsi Data.....	39
4.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	40
4.2.1	Uji Normalitas.....	40
4.2.2	Uji Multikolinearitas.....	42
4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	42
4.3	Pengujian Hipotesis.....	43
4.3.1	Uji Regresi Linier Berganda.....	44

4.3.2	Koefisien Determinasi.....	48
4.3.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.3.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.3.5	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
4.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.5	Implikasi.....	56
4.6	Keterbatasan Penelitian.....	59
BAB V PENUTUP.....		60
5.1	Rangkuman.....	60
5.2	Kesimpulan.....	61
5.3	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN.....		66

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	17
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3.2	Kisi-kisi Instrumen Variabel Penelitian.....	31
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	31
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	34
Tabel 4.1	Hasil Analisis Deskriptif.....	39
Tabel 4.2	Hasil Uji Noemalitas dengan <i>One-Sample</i> Kolmogorov-Smirnov Test.....	41
Tabel 4.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
Tabel 4.4	Ringkasan Hasil <i>Output</i> SPSS Tentang Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_1), Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 1.1	Grafik Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> Global Tahun 2018-2020.....	2
Gambar 1.2	Grafik Perusahaan <i>Smartphone</i> Teratas di Indonesia Tahun 2018-2020.....	3
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	26
Gambar 4.1	Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-plot</i>	41
Gambar 4.2	Grafik Scatterplot.....	43
Gambar 4.3	Struktur Hubungan <i>Brand Image</i> (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
Lampiran 01	Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 02	Tabulasi Data Ordinal.....	69
Lampiran 03	Tabulasi Data Interval dan Data Input Variabel.....	72
Lampiran 04	Hasil Uji Validitas.....	75
Lampiran 05	Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Lampiran 06	Tabulasi Data Ordinal Sampel Penelitian.....	81
Lampiran 07	Tabulasi Data Interval Sampel Penelitian.....	84
Lampiran 08	Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	90
Lampiran 09	Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda.....	92
Lampiran 10	Ringkasan Hasil Output SPSS Tentang Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
Lampiran 11	Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner.....	95

