

**PENGARUH HARGA DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK
PADA TELEPON SELULER SAMSUNG
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT ATTRIBUTES ON
PURCHASING DECISIONS MEDIATED BY BRAND IMAGE ON
SAMSUNG MOBILE PHONES
(Study on Student at Muhammadiyah University in Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
MUHAMMAD IRSYAD RUKMANANDA
20120410184

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

Motto

“Mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan shalat”

(Al-Baqarah : 153)

“Sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu akan datang kemudahan, maka apabila kamu telah selesai urusanmu kerjakanlah dengan sungguh-sungguh yang lainnya dan kepada Tuhanmu hendaknya kamu limpahkan segala harapan.

(Al-Insyirah : 6-8)

“Pelajarilah ilmu karena sesungguhnya jika engkau memiliki harta maka ilmu akan menjadi kecantikanmu, dan jika engkau tak punya harta maka ilmu akan menjadi hartamu”

(Al Hadist)

“Semakin tinggi ilmu yang kau raih maka akan semakin dekat dengan mu untuk meraih surga-Nya, karena ilmu adalah kunci untuk membuka surga”

(Penulis)

“Terus berusaha, karena disetiap kemauan pasti ada jalan”

(Abi)

-- And the last --

“PERCAYALAH ALLAH AKAN SELALU BERSAMAMU”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tua saya yang selalu sabar dan bersusah payah memberikan segalanya yang terbaik untuk anakmu. Begitu juga dengan adik-adik saya yang menyemangati dikala saya sedang tidak bersemangat dengan semua tugas. Teman-teman di jogja yang selalu menemani dalam hal apapun terutama Yanuar, Rikzi, Damar, Ical dan Fadli, terimakasih atas perjuangan kalian dalam memberi sahabatmu motivasi dan arahan agar lebih baik. Tidak lupa untuk almamaterku tercinta yang sesalu saya banggakan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Citra Merek pada *smartphone* Samsung”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi yang berkaitan dengan hal-hal yang menyangkut Konflik Pekerjaan-Keluarga dan Kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Dr. Rizal Yaya, SE., M.Sc., Akt. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Dr. Susanto, M.S. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia memberikan waktu dan dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah banyak memberikan pengarahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Abi dan Umi serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

5. Seluruh sahabat dan orang-orang terdekat yang terlibat dalam penyusunan laporan ini yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian laporan tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kelalaian penulis dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga penelitian ini membawa manfaat.

Yogyakarta, 06 Desember 2017

M. Irsyad Rukmananda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
INTISARI	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Definisi Variabel	17
1. Harga	17
2. Atribut Produk	18
3. Citra Merek	19
4. Keputusan Pembelian	20
C. Hasil Penelitian Terdahulu	21
D. Hipotesis	22
E. Model Penelitian	27

BAB III	METODE PENELITIAN	29
	A. Subyek Penelitian	29
	B. Jenis Data	29
	C. Populasi dan Sample.....	30
	D. Teknik Pengambilan Sampel	30
	E. Teknik Pengumpulan Data	31
	F. Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
	G. Uji Kualitas Instrumen dan Data	36
	H. Uji Hipotesis dan Analisis Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
	1. Gambaran Obyek Penelitian.....	46
	2. Profil Responden dan Subyek Penelitian.....	49
	B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	53
	C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	60
	D. Pembahasan (Interpretasi)	75
BAB V	SIMPULAN, KETERBATASANDAN SARAN	
	PENELITIAN	86
	A. Simpulan	86
	B. Saran.....	87
	C. Keterbatasan Penelitian.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan smartphone.....	60
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	68
Tabel 4.1. Rincian Penyebaran Kuisisioner.....	49
Tabel 4.2. Nilai r dan Sig Variabel Harga.....	54
Tabel 4.3. Nilai r dan Sig Variabel Atribut Produk	54
Tabel 4.4. Nilai r dan Sig Variabel Citra merek	55
Tabel 4.5. Nilai r dan Sig Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.6. Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	57
Tabel 4.7. Tanggapan Responden pada Variabel Harga	58
Tabel 4.8. Tanggapan Responden pada Variabel Atribut Produk.....	59
Tabel 4.9. Tanggapan Responden pada Variabel Citra merek	59
Tabel 4.10. Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.11. Uji Normalitas Data Variabel Harga	62
Tabel 4.12. Uji Normalitas Data Variabel Atribut Produk	62
Tabel 4.13. Uji Normalitas Data Variabel Citra Merek	63
Tabel 4.14. Uji Normalitas Data Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.15. Variabel Harga	66
Tabel 4.16. Variabel Atribut Produk	67
Tabel 4.17. Variabel Citra Merek	68

Tabel 4.18. Variabel Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.19. Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	71
Tabel 4.20. <i>Standardized Total Effects</i>	72
Tabel 4.21. <i>Standardized Direct Effects</i>	72
Tabel 4.22. <i>Standardized Indirect Effects</i>	72
Tabel 4.23. <i>Regression Weights</i>	72
Tabel 4.24. <i>Squared Multiple Correlations</i>	74
Tabel 4.25. <i>Standardized Direct Effects</i>	79
Tabel 4.26. <i>Standardized Indirect Effects</i>	79
Tabel 4.27. <i>Standardized Direct Effects</i>	81
Tabel 4.28. <i>Standardized Indirect Effects</i>	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Pengambilan Keputusan	11
Gambar 2.2. Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan	11
Gambar 2.3. Model Penelitian	27
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Gambar 4.4. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Harga	66
Gambar 4.5. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Atribut Produk.....	67
Gambar 4.6. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Citra Merek	68
Gambar 4.7. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Keputusan Pembelian.....	69
Gambar 4.8. Model Hubungan Antar Variabel.....	70