

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN DAN PERSEPSI
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK
SAMSUNG**

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY AND PERCEIVED
PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG***



Disusun Oleh:

Aris Rifa'i

(20150410299)

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN DAN PERSEPSI
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SMARTPHONE MEREK SAMSUNG

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY AND PERCEIVED
PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Diajukan oleh :

Aris Rifa'i

NIM : 20150410299

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

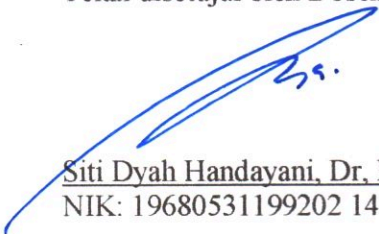
**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN DAN PERSEPSI
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
MEREK SAMSUNG**

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY AND
PERCEIVED PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS
SMARTPHONE SAMSUNG***



Diajukan Oleh
ARIS RIFA'I
20150410299

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing


Siti Dyah Handayani, Dr, MM.
NIK: 19680531199202 14

Tanggal, 05 Juli 2018

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN DAN PERSEPSI
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
MEREK SAMSUNG**

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY AND
PERCEIVED PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS
SMARTPHONE SAMSUNG***

Diajukan oleh:


ARIS RIFA'I

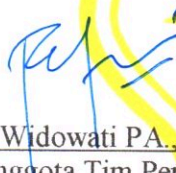
20150410299


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Tanggal 12 JULI 2019

Yang Terdiri



Siti Dyah Handayani, Dr. MM.
Ketua Tim Penguji


Retno Widowati PA., M.SI., Ph.D
Anggota Tim Penguji


Sutrisno Wibowo, S.E., MM
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA
NIK. 19731118199904 143 068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Aris Rifa'i

NIM : 20150410299

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN, DAN PERSEPSI PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di satu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut di batalkan.

Yogyakarta, 17 Juni 2019



MOTTO

“Satu langkah kebelakang, untuk seribu langkah kedepan”

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri, dan jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu untuk dirimu sendiri.” (QS. Al-Isra’:7)

“Apapun yang terjadi dimasa depan, adalah hasil dari kita lakukan hari ini”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Teriring doa dan rasa syukur yang sebesar-besarnya dan dengan segenap hati, karya ini ku persembahkan untuk:

Sepasang malaikat duniaku, Ayah Slamet Widodo dan Ibu Siti Fatimah yang selalu tak pernah henti-hentinya memberikan doa, cinta, dan kasih sayang yang tulus, perhatian, semangat dan segalanya sehingga tidak dapat disebutkan semuanya.

Dan untuk almamaterku tercinta

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian, dan Persepsi Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Objek penelitian ini adalah *Smartphone* Samsung sedangkan Subjek dalam penelitian ini yaitu pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 114 responden. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan tipe *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda (*Multiple regression test*) yang dioperasikan menggunakan program SPSS 22.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa Citra Merek, Kualitas Persepsian dan Promosi Persepsi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan Persepsi Promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyse the influence of Brand Image, Perceived Quality, and Promotion Perception of the Samsung Smartphone Purchase Decision on Muhammadiyah University Students in Yogyakarta. The object of this research is Samsung Smartphone while the subject in this study is the Muhammadiyah University of Yogyakarta Students.

The research was conducted with a total sample of 114 respondents. The sampling technique uses a nonprobability sampling type with a purposive sampling method. The analytical tool used in this study is Multiple Linear Regression (Multiple regression test) which is operated using the SPSS 22.

Based on the analysis that has been done, the result obtained that Brand Image, Perceived Quality and Perception Promotion together have a Positive and significant effect on purchasing decisions. Brand Image has a positive and significant effect on purchasing decisions. Perceived quality has a positive and significant effect on purchasing decisions and promotional perceptions that have no partial effect on purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan juga kemudahannya dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian dan Persepsian Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik dengan harapan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada *Smartphone* Samsung. Selain itu, dengan adanya skripsi ini penulis mempunyai harapan agar dapat memberikan masukan bagi perusahaan Samsung untuk meningkatkan Penjualan pada *Smartphone* Samsung dan juga dapat memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

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

1. Bapak Rizal Yahya, S.E., M.Sc., Ph.D Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pelajaran selama penulis menyelesaikan studi ini.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D, selaku Kepala Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan juga nasehat selama penulis menyelesaikan studi ini.
3. Ibu Siti Dyah Handayani, Dr, MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan ilmu dan pengetahuan,

mengorbankan waktu dan tenaganya kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini dan semua pihak yang tak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan skripsi ini dapat segera diselesaikan, sukses untuk kita semuanya.

Yogyakarta, 17 Juni 2019

Aris Rifa'i

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penulisan.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Citra Merek.....	10
2. Kualitas Persepsian.....	14
3. Persepsi Promosi	18
4. Keputusan Pembelian	21
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
C. Penurunan Hipotesis	27
BAB III	33

METODE PENELITIAN.....	33
A. Objek dan Subjek Penelitian	33
B. Jenis Data	33
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
F. Uji Kualitas Instrumen	37
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	38
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN.....	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Subjek Penelitian.....	43
C. Uji Kualitas Instrumen	46
D. Uji Analisis Data dan Hipotesis	49
E. Pembahasan.....	52
BAB V.....	57
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	57
A. Simpulan	57
B. Keterbatasan Penelitian	57
C. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Data <i>Top Brand Index</i> Tahun 2017.....	3
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Tabel Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 4.1	Klasifikasi berdasarkan jenis kelamin	43
Tabel 4.2	Klasifikasi berdasarkan usia.....	43
Tabel 4.3	Klasifikasi berdasarkan fakultas.....	44
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji F	48
Tabel 4.7	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 2	49
Tabel 4.8	Hasil Koefisien Determinasi	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian.....	31
------------	-----------------------	----