

Abstrak

Dalam era globalisasi, teknologi berkembang dengan pesat, peralatan telekomunikasi seperti *smartphone* mendukung gaya hidup masyarakat sehingga masyarakat mudah untuk berkomunikasi. Banyaknya persaingan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan *smartphone* seperti Samsung perlu mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli *smartphone*. Untuk mengetahui faktor menjadi pendorong keputusan pembelian, penulis melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. Penulis memilih *Smartphone* Samsung sebagai objek penelitian dikarenakan Samsung merupakan salah satu merek *smartphone* yang terbesar di dunia .

Hipotesis pertama yang di ambil oleh penulis adalah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hipotesis ke-dua adalah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hipotesis ke-tiga adalah harga berpengaruh pada keputusan pembelian. Hipotesis ke-empat yang di ambil adalah gaya hidup berpengaruh pada keputusan pembelian. Hipotesis ke- lima adalah citra merek, kualitas produk, harga, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Cara pengumpulan data dilakukan penulis dengan penyebaran kuesioner. Sampel yang dikumpulkan dengan cara *non-probability sampling*. Teknik analisa data dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji regresi, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi dengan Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Selain itu Keputusan Pembelian dipengaruhi secara simultan oleh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup dengan nilai F hitung sebesar 36,560 dengan signifikansi sebesar 0,000.

Selain hasil perhitungan, penulis juga mencantumkan beberapa keterbatasan yang dirasakan seperti keterbatasan dalam pengambilan sampel. Penulis memberikan saran bagi perusahaan yaitu bahwa Samsung dapat menyewa artis untuk mengiklankan produknya.

Kata kunci : *Smartphone*, Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

Abstract

In the globalization era, technology is growing rapidly, telecommunications equipment such as smartphones support the lifestyle of the community. The competition to meet consumer demand make companies like Samsung search the factors that influencing the consumer's decision to buy a smartphone. To determine the factors driving the purchasing decision, the author conducted a study entitled Effect of Brand Image, Product Quality, Price, and Lifestyle of the buying decision. The author chose Samsung as the research object because Samsung is one of the biggest brands in smartphones.

The first hypothesis taken is brand image effecting purchase decisions. The second hypothesis is quality of products effecting purchase decisions. The third hypotheses is price effecting purchasing decisions. The fourth hypothesis is the effect of lifestyle on purchasing decisions. The fifth hypothesis is the simultaneous effect of brand image, product quality, price, and lifestyle on purchasing decisions.

Data collection is done by distributing questionnaires. Samples were collected with non-probability sampling. Data analysis is done by using validity and reliability analysis, classic assumption test, hypothesis testing, regression testing, and the coefficient of determination.

The results showed that brand image, product quality, price, and lifestyle influenced purchasing decision simultaneously and, purchase decision influenced by brand image, product quality, price, and lifestyle with calculated F value of 36.560 with a significance of 0.000.

In addition to the results of the calculation, the author listed some limitations such as limitations in sampling. The author's advice for the company is that Samsung can hire artists to advertise their products.

Key words : Smartphone, Brand Image, Product Quality, Price, Lifestyle, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA,KERANGKA TEORITIS,KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Produk	10
2.1.1.2 Merek	11
2.1.1.3 Citra Merek	13
2.1.1.4 Kualitas Produk.....	15

2.1.1.5 Harga	16
2.1.2 Perilaku Konsumen	17
2.1.2.1 Gaya Hidup	18
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Rerangka Teoritis.....	21
2.3 Rerangka Pemikiran.....	22
2.4 Penelitian Terdahulu	23
2.5 Hipotesis.....	34
2.6 Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Objek Penelitian.....	36
3.3 Variabel dan Operasional Variabel.....	37
3.3.1 Variabel Independen	37
3.3.1 Variabel Dependen.....	37
3.3.1 Devinisi Operasional Variabel.....	38
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel.....	42
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.6 Teknik Pengumpulan data Data	43
3.7 Metode Analisis Data.....	43
3.7.1 Uji Instument.....	43
3.7.1.1 Uji Validitas	43
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	44

3.6.2.1 Uji Normalitas.....	44
3.6.2.1 Uji Multikolinearitas	45
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.7.3 Uji Regresi Linear	46
3.7.3.1 Uji Regresi Linear Sederhana	46
3.7.3.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	47
3.7.4 Uji Hipotesis.....	47
3.7.4.1 Uji t.....	47
3.7.4.1 Uji f	48
3.7.5 Koefisien Deteminasi	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Profil Responden.....	49
4.1.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	49
4.1.2 Karakteristik berdasarkan usia	50
4.1.3 Karakteristik berdasarkan status tempat tinggal	51
4.1.4 Karakteristik berdasarkan pengeluaran perbulan	52
4.1.5 Karakteristik berdasarkan lama menggunakan	53
4.1.1 Karakteristik berdasarkan alasan menggunakan <i>smartphone</i> Samsung.....	54
4.2 Data Frekuensi Citra Merek.....	55
4.2.1 Logo Smartphone Samsung Mudah di Ingat.....	55
4.2.2 Merek produk Smartphone Samsung Mudah di Kenali.....	56
4.2.3 Merek produk Smartphone Samsung Dapat di Percaya.....	57
4.2.4 Merek produk Smartphone Samsung Merupakan Merek yang Populer	58
4.2.5 Merek produk Smartphone Samsung Merupakan Merek yang Modern	59
4.3 Data Frekuensi Kualitas Produk.....	60
4.3.1 Daya Tahan Smartphone Samsung Memuaskan.....	60

4.3.2 Kinerja produk Smartphone Samsung Memuaskan	61
4.3.3 Smartphone Samsung Mudah Untuk di Penggunaan	62
4.3.4 Smartphone Samsung Memiliki Fitur-Fitur yang Sesuai Dengan Keinginan Konsumen	63
4.3.5 Smartphone Samsung Merupakan Smartphone yang Berteknologi Canggih	64
4.4 Data Frekuensi Harga.....	65
4.4.1 Smartphone Samsung Memiliki Harga yang Terjangkau	65
4.4.2 Smartphone Samsung Memiliki Harga yang Sesuai Dengan Kualitas yang Diberikan	66
4.4.3 Smartphone Samsung Memiliki Harga yang Bersaing Dengan Smartphone Lainnya.....	67
4.4.4 Smartphone Samsung Memiliki Harga yang Sesuai Dengan Manfaat yang Diberikan	68
4.4.5 Smartphone Samsung Memberikan Potongan Harga Pada Event Tertentu	69
4.5 Data Frekuensi Gaya Hidup	70
4.5.1 Saya Secara Rutin Menggunakan Smartphone Samsung.....	71
4.5.2 Saya Selalu mengisi Waktu Luang Dengan Menggunakan Smartphone Samsung.....	72
4.5.3 Memiliki Smartphone Samsung Menjadi Prioritas Saya	73
4.5.4 Smartphone Samsung Mencerminkan Kepribadian Saya	74
4.5.5 Smartphone Samsung Memberikan Pengalaman yang Menarik	75
4.6 Data Frekuensi Keputusan Pembelian	76
4.6.1 Saya Yakin Dengan Keputusan Saya Dalam Membeli Smartphone Samsung.....	76
4.6.2 Saya Mempertimbangkan Untuk Membeli Smartphone Samsung	77
4.6.3 Saya Akan Merekomendasikan Smartphone Samsung Kepada Konsumen Lain.....	78

4.6.4 Saya Terbiasa Dengan Membeli Smartphone Samsung	79
4.6.5 Kebutuhan Saya Dapat Terpenuhi Dengan Smartphone Samsung	80
4.7 Hasil Uji Validitas.....	81
4.7.1 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	81
4.7.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	82
4.7.1 Hasil Uji Validitas Harga Awal	82
4.7.2 Hasil Uji Validitas Harga Akhir	83
4.7.1 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	83
4.7.2 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	84
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	84
4.8.1 Hasil Uji Reliabilitas Awal	85
4.8.2 Hasil Uji Reliabilitas Akhir	86
4.9 Uji Asumsi Klasik	86
4.9.1 Uji Normalitas	86
4.9.2 Hasil Uji Normalitas	87
4.9.3 Uji Multikolinearitas.....	87
4.9.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
4.9.5 Uji Heterokedastisitas	88
4.9.6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	89
4.10 Uji Hipotesis.....	89
4.10.1 Uji t	89
4.10.2 Uji F	90
4.10.3 Uji Regresi Linier.....	90
4.10.4 Uji Koefisien Determinasi.....	91
4.11 Pengujian Hipotesis I: Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung	91

4.11.1 Uji t.....	92
4.11.2 Uji F	93
4.11.3 Uji Regresi Linier Sederhana.....	95
4.11.4 Uji Koefisien Determinasi.....	96
4.12 Pengujian Hipotesis II: Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	96
4.12.1 Uji t.....	97
4.12.2 Uji F	99
4.12.3 Uji Regresi Linier Sederhana.....	100
4.12.4 Uji Koefisien Determinasi.....	101
4.13 Pengujian Hipotesis III: Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	101
4.13.1 Uji t.....	102
4.13.2 Uji F	103
4.13.3 Uji Regresi Linier Sederhana.....	104
4.13.4 Uji Koefisien Determinasi.....	105
4.14 Pengujian Hipotesis IV: Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	106
4.14.1 Uji t.....	107
4.14.2 Uji F	108
4.14.3 Uji Regresi Linier Sederhana.....	109
4.14.4 Uji Koefisien Determinasi.....	110
4.15 Pengujian Hipotesis V: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	111
4.15.1 Uji t.....	112
4.15.2 Uji F	113
4.15.3 Uji Koefisien Determinasi.....	114

4.16 Pembahasan.....	115
4.16.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung.....	115
4.16.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung	116
4.16.3 Pengaruh Harga Terhaap Keputusan Pembelian.....	118
4.16.4 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung.....	119
4.16.5 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung	121
BAB V PENUTUP	122
5.1 Kesimpulan	122
5.3 Implikasi Manajerial	123
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	124
5.4 Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indonesia Kategori Smartphone 2016.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	49
Tabel 4.1.2 Karakteristik berdasarkan usia	50
Tabel 4.1.3 Karakteristik berdasarkan status tempat tinggal	51
Tabel 4.1.4 Karakteristik berdasarkan pengeluaran perbulan	52
Tabel 4.1.5 Karakteristik berdasarkan lama menggunakan	53
Tabel 4.1.6 Karakteristik berdasarkan alasan menggunakan <i>smartphone</i> Samsung	54
Tabel 4.2.1 Logo Smartphone Samsung Mudah di Ingat	55
Tabel 4.2.2 Merek produk Smartphone Samsung Mudah di Kenali.....	56
Tabel 4.2.3 Merek produk Smartphone Samsung Dapat di Percaya.....	57
Tabel 4.2.4 Merek produk Smartphone Samsung Merupakan Merek yang Populer	58
Tabel 4.2.5 Merek produk Smartphone Samsung Merupakan Merek yang Modern	59
Tabel 4.3.1 Daya Tahan Smartphone Samsung Memuaskan.....	60
Tabel 4.3.2 Kinerja produk Smartphone Samsung Memuaskan.....	61
Tabel 4.3.3 Smartphone Samsung Mudah Untuk di Pergunakan	62
Tabel 4.3.4 Smartphone Samsung Memiliki Fitur-Fitur yang Sesuai Dengan Keinginan Konsumen.....	63
Tabel 4.3.5 Smartphone Samsung Merupakan Smartphone yang Berteknologi Canggih	64
Tabel 4.4.1 Smartphone Samsung Memiliki Harga yang Terjangkau	66
Tabel 4.4.2 Smartphone Samsung Memiliki Harga yang Sesuai Dengan Kualitas yang Diberikan.....	67
Tabel 4.4.3 Smartphone Samsung Memiliki Harga yang Bersaing Dengan Smartphone Lainnya	68

Tabel 4.4.4 Smartphone Samsung Memiliki Harga yang Sesuai Dengan Manfaat yang Diberikan	69
Tabel 4.4.5 Smartphone Samsung Memberikan Potongan Harga Pada Event Tertentu	70
Tabel 4.5.1 Saya Secara Rutin Menggunakan Smartphone Samsung	71
Tabel 4.5.2 Saya Selalu mengisi Waktu Luang Dengan Menggunakan Smartphone Samsung	72
Tabel 4.5.3 Memiliki Smartphone Samsung Menjadi Prioritas Saya	73
Tabel 4.5.4 Smartphone Samsung Mencerminkan Kepribadian Saya	74
Tabel 4.5.5 Smartphone Samsung Memberikan Pengalaman yang Menarik	75
Tabel 4.6.1 Saya Yakin Dengan Keputusan Saya Dalam Membeli Smartphone Samsung	76
Tabel 4.6.2 Saya Mempertimbangkan Untuk Membeli Smartphone Samsung	77
Tabel 4.6.3 Saya Akan Merekomendasikan Smartphone Samsung Kepada Konsumen Lain	78
Tabel 4.6.4 Saya Terbiasa Dengan Membeli Smartphone Samsung	79
Tabel 4.6.5 Kebutuhan Saya Dapat Terpenuhi Dengan Smartphone Samsung	80
Tabel 4.7.1 Hasil Uji Validitas Citra Merek	81
Tabel 4.7.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	82
Tabel 4.7.3 Hasil Uji Validitas Harga Awal	82
Tabel 4.7.4 Hasil Uji Validitas Harga Akhir	83
Tabel 4.7.3 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	83
Tabel 4.7.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	84
Tabel 4.8.1 Hasil Uji Reliabilitas Awal	85
Tabel 4.8.2 Hasil Uji Reliabilitas Akhir	86
Tabel 4.9.1 Hasil Uji Normalitas	87
Tabel 4.9.2 Hasil Uji Multikolinearitas	88
Tabel 4.9.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	89

4.11 Pengujian Hipotesis I: Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	91
Tabel 4.11.1 Uji t	92
Tabel 4.11.2 Uji F	94
Tabel 4.11.3 Uji Koefisien Determinasi	96
4.12 Pengujian Hipotesis II: Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	96
Tabel 4.12.1 Uji t	98
Tabel 4.12.2 Uji F	99
Tabel 4.12.3 Uji Koefisien Determinasi	101
4.13 Pengujian Hipotesis III: Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	101
Tabel 4.13.1 Uji t	102
Tabel 4.13.2 Uji F	104
Tabel 4.13.3 Uji Koefisien Determinasi	105
4.14 Pengujian Hipotesis IV: Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	106
Tabel 4.14.1 Uji t	107
Tabel 4.14.2 Uji F	109
Tabel 4.14.3 Uji Koefisien Determinasi	110
4.15 Pengujian Hipotesis V: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung.....	111
Tabel 4.15.1 Uji t	112
Tabel 4.15.2 Uji F	113
Tabel 4.15.3 Uji Koefisien Determinasi	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar Proses Keputusan Pembelian Pelanggan Kotler	21
Gambar Rerangka Teoritis	21
Gambar Rerangka Pemikiran	22
Gambar Model Penelitian	35

