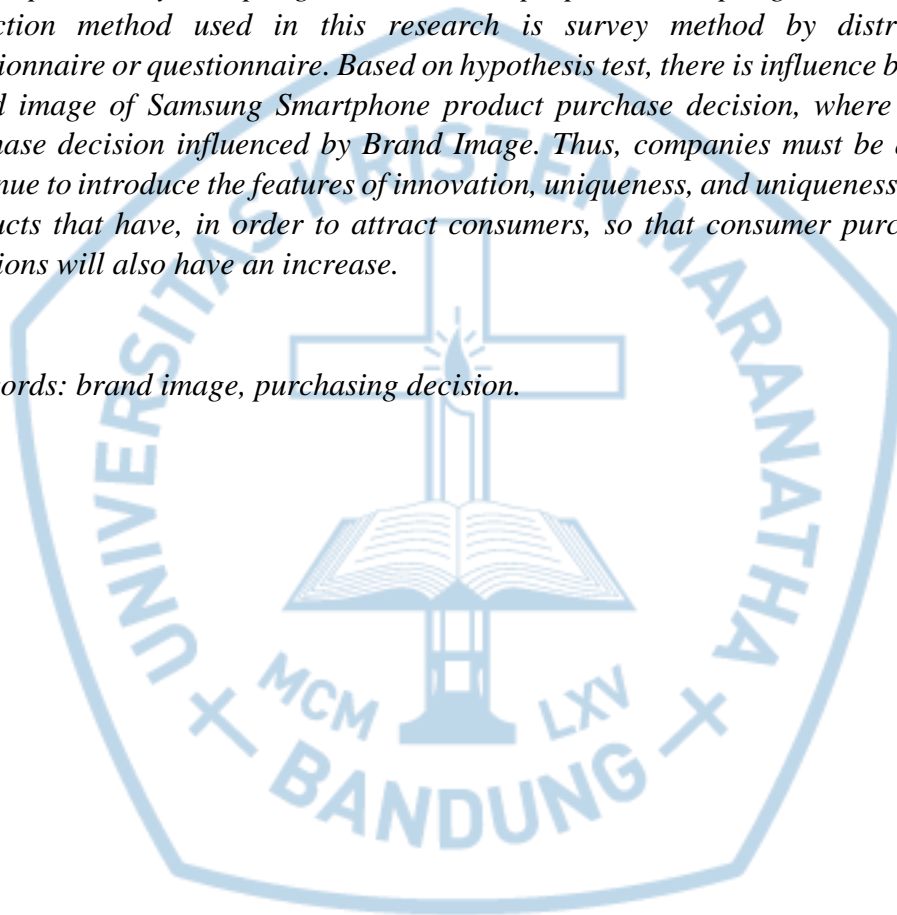


## **ABSTRACT**

*Researchers are interested to conduct research on the influence of brand image on Purchasing Decision on students of Samsung smartphone users at Maranatha Christian University, Bandung city. For that, researchers have collected data of 204 respondents. This research uses explanatory causal research type. The population used in this study is the community around the city of Bandung using Samsung Smartphone, while the sample used is students of Maranatha Christian University who use Samsung smartphones. Sampling method used in this research is non-probability sampling method with purposive sampling method, data collection method used in this research is survey method by distributing questionnaire or questionnaire. Based on hypothesis test, there is influence between brand image of Samsung Smartphone product purchase decision, where 51,8% purchase decision influenced by Brand Image. Thus, companies must be able to continue to introduce the features of innovation, uniqueness, and uniqueness of new products that have, in order to attract consumers, so that consumer purchasing decisions will also have an increase.*

*Keywords: brand image, purchasing decision.*



## ABSTRAK

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh *brand image* terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa pengguna *smartphone* Samsung di Universitas Kristen Maranatha, kota Bandung. Untuk itu, peneliti telah mengumpulkan data sebanyak 204 responden. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *causal explanatory*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar kota Bandung yang menggunakan *Smartphone* Samsung, sementara Sampel yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang menggunakan *smartphone* Samsung. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan cara membagikan angket atau kuisisioner. Berdasarkan uji hipotesis, terdapat pengaruh antara *brand image* terhadap keputusan pembelian produk *Smartphone* Samsung di Universitas Kristen Maranatha, dimana sebesar 51,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh *Brand Image*. Dengan demikian, perusahaan harus dapat terus memperkenalkan kecanggihan fitur, inovasi, dan keunikan produk-produk baru yang dimiliki, dengan tujuan menarik konsumen, sehingga keputusan pembelian yang dilakukan konsumen juga akan memiliki peningkatan.

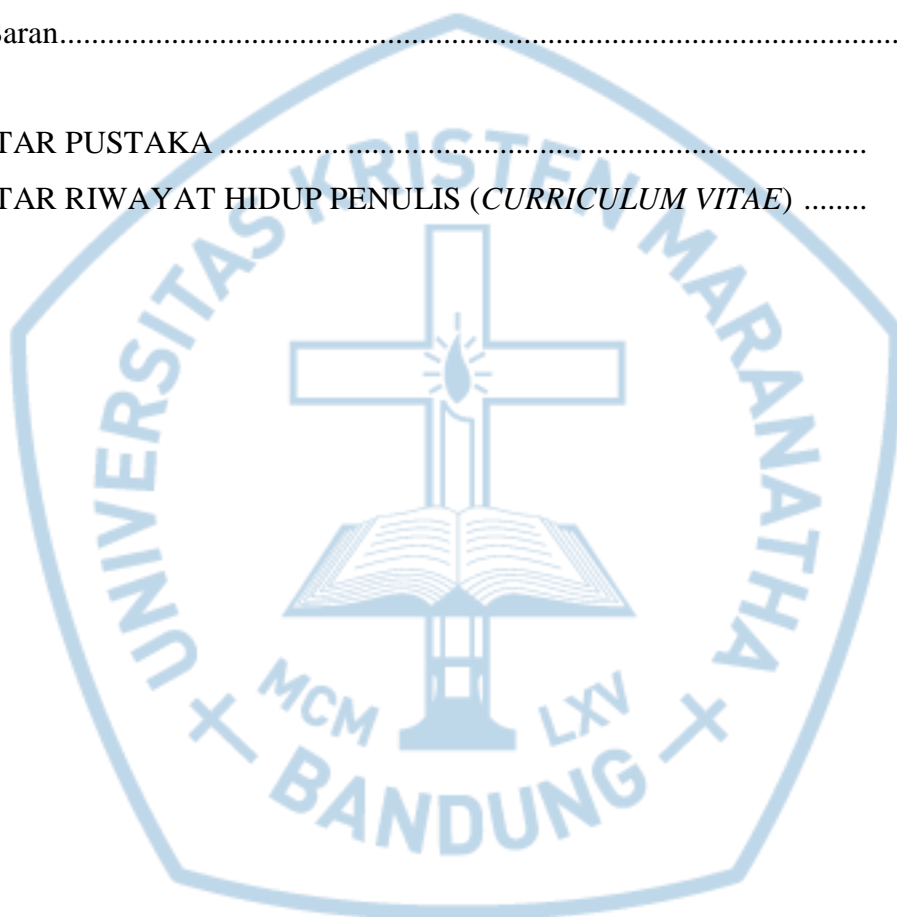
Kata kunci: *brand image*, keputusan pembelian.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....	iv
SURAT KETERANGAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN .....	1
1.1.Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	6
1.3.Tujuan Penelitian .....	7
1.4.Manfaat Penelitian .....	7
BAB II :TINJAUAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....	8
2.1 Tinjauan Teori .....	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.2. Fungsi Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.3. <i>Brand</i> .....	11
2.1.4. Brand Image .....	15
2.1.5. Perilaku Konsumen .....	17
2.1.6. Keputusan Pembelian .....	19
2.1.7. Hasil Penelitian Sebelumnya .....	23
2.1.8. Rerangka Teoritis .....	26
2.2. Pengembangan Hipotesis .....	28

BAB III: METODE PENELITIAN .....	30
3.1. Jenis Penelitian.....	30
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	30
3.3. Sampel.....	31
3.4. Kerangka Sampling.....	31
3.5. Teknik Sampling .....	31
3.6. Devinisi Operasional Variabel .....	32
3.7. Teknik Analisis Data.....	36
3.8. Uji Instrumen .....	37
3.8.1. Uji Validitas .....	37
3.8.2. Uji Reliabilitas .....	37
3.9. Uji Asumsi Klasik .....	38
3.9.1 Uji Normalitas.....	39
3.9.2. Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.9.3. Uji Multikolinearitas .....	40
3.10. Uji Hipotesis.....	40
3.10.1. Uji Regresi .....	40
3.10.2.Uji Koefisien Determinasi.....	41
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	43
4.1. Hasil Penelitian .....	43
4.1.1.1 Hasil peneelitian berdasarkan data demografis responden .....	43
4.1.1.2. Uji Deskriptif untuk jawaban responden .....	45
4.1.2. Uji Instrument .....	59
4.1.2.1. Uji Validitas .....	59
4.1.2.2. Uji Reliabilitas .....	60
4.1.3. Uji asumsi Klasik .....	60
4.1.3.1. Uji Normalitas.....	61
4.1.3.2. Uji Heteroskedadistitas.....	62
4.1.4. Uji Hipotesis.....	63
4.1.4.1. Uji Regresi Linier Sederhana .....	63
4.1.5.1 Uji Regresi Linier Sederhana (Uji t) .....	63

4.1.5.2. Uji Koefisien Determinasi.....	64
4.1.5.3. Uji Persamaan Regresi .....	65
4.2. Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1. Kesimpulan .....	68
5.2. Implikasi Manajerial .....	68
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	69
5.4. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS ( <i>CURRICULUM VITAE</i> ) .....	79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Smartphone .....	2
Gambar 2.1 Hasil Penelitian .....	27
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran .....	28



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. responden berdasarkan jenis kelamin .....	43
Tabel 4.2. responden berdasarkan usia .....	44
Tabel 4.3. responden berdasarkan pengeluaran rutin.....	44
Tabel 4.4. responden berdasarkan menggunakan samsung?.....	45
Tabel 4.5. jawaban responden untuk pertanyaan Produk atau jasa Samsung mengikuti perkembangan jaman .....	45
Tabel 4.6. jawaban responden untuk pertanyaan Nama dan Logo smartphone ‘Samsung’ merupakan sebuah nama yang mudah diingat .....	46
Tabel 4.7. jawaban responden untuk pertanyaan Logo yang dimiliki oleh Samsung merupakan logo yang unik. ....	46
Tabel 4.8. jawaban responden untuk pertanyaan Fitur-fitur di dalam produk smartphone Samsung selalu sesuai dengan apa yang dijanjikan .....	47
Tabel 4.9. jawaban responden untuk pertanyaan Fitur-fitur di dalam smartphone Samsung bekerja dengan baik sesuai dengan yang dijanjikan.....	47
Tabel 4.10. jawaban responden untuk pertanyaan Nama ‘Samsung’ merupakan sebuah nama yang menarik .....	48
Tabel 4.11. jawaban responden untuk pertanyaan Brand Samsung merupakan brand yang menggambarkan Kualitas.....	48
Tabel 4.12. jawaban responden untuk pertanyaan Saya memilih smartphone Samsung karena kinerjanya memuaskan .....	49
Tabel 4.13. jawaban responden untuk pertanyaan Saya memilih smartphone Samsung karena memiliki pelayanan penjualan yang baik.....	49
Tabel 4.14. jawaban responden untuk pertanyaan Smartphone Samsung merupakan smartphone yang inovatif. ....	50

Tabel 4.15. jawaban responden untuk pertanyaan Smartphone Samsung merupakan smartphone yang mudah digunakan .....	50
Tabel 4.16. jawaban responden untuk pertanyaan Smartphone Samsung merupakan smartphone yang akan sangat bermanfaat untuk membantu saya dalam kegiatan sehari-hari. ....	51
Tabel 4.17. jawaban responden untuk pertanyaan Samsung terus memperbaiki kualitas smartphone yang diproduksinya .....	51
Tabel 4.18. jawaban responden untuk pertanyaan Smartphone Samsung ditawarkan dengan harga yang terjangkau .....	52
Tabel 4.19. jawaban responden untuk pertanyaan Terdapat kesesuaian antara harga yang ditawarkan dan kualitas produk.....	52
Tabel 4.20. jawaban responden untuk pertanyaan Saya memilih smartphone Samsung karena memiliki ukuran yang nyaman digunakan.....	53
Tabel 4.21. jawaban responden untuk pertanyaan Smartphone Samsung memiliki perbedaan yang dapat saya tertarik terhadap produk. ....	53
Tabel 4.22. jawaban responden untuk pertanyaan Smartphone Samsung memiliki keunikan yang membuatnya berbeda dengan smartphone merek lain.....	54
Tabel 4.23. jawaban responden untuk pertanyaan Perbedaan yang dimiliki oleh smartphone Samsung membuat saya semakin tertarik untuk menggunakan smartphone Samsung .....	54
Tabel 4.24. jawaban responden untuk pertanyaan Smartphone Samsung memiliki spesifikasi yang berbeda dan unggul dibandingkan dengan merek Lain .....	55
Tabel 4.25. jawaban responden untuk pertanyaan Aplikasi yang digunakan dalam smartphone samsung memiliki kekuatan dibandingkan dengan aplikasi di smartphone lain .....	55
Tabel 4.26. jawaban responden untuk pertanyaan Samsung memberikan kemudahan dalam mengakses berbagai aplikasi yang saya butuhkan .....	56



Tabel 4.27. jawaban responden untuk pertanyaan Saya memilih smartphone Samsung karena memiliki desain yang berbeda dari merek lainnya. ....	56
Tabel 4.28. jawaban responden untuk pertanyaan Saya memilih smartphone Samsung karena memiliki fitur-fitur yang tidak dimiliki merek lain. ....	57
Tabel 4.29. jawaban responden untuk pertanyaan Saya berusaha mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang produk smartphone Samsung, baik dari rekan, keluarga, maupun media lainnya. ....	57
Tabel 4.30. jawaban responden untuk pertanyaan Saya mendapatkan pengetahuan tentang karakteristik smartphone Samsung melalui informasi yang saya peroleh	58
Tabel 4.31. jawaban responden untuk pertanyaan Saya membuat kriteria-kriteria tentang tipe smartphone Samsung yang saya butuhkan. ....	58
Tabel 4.32. jawaban responden untuk pertanyaan Saya melakukan seleksi terhadap smartphone Samsung sesuai dengan kriteria yang saya buat. ....	59
Tabel 4.33. jawaban responden untuk pertanyaan Saya memilih untuk membeli smartphone Samsung berdasarkan atas keputusan saya sendiri. ....	59
Tabel 4.34. jawaban responden untuk pertanyaan Saya pernah menyarankan/merekomendasikan orang lain untuk menggunakan smartphone Samsung. ....	60
Tabel 4.35. Uji Validitas. ....	60
Tabel 4.35. Uji Reliabilitas. ....	61
Tabel 4.36. Uji Normalitas. ....	61
Tabel 4.37. Uji Hipotesis 1. ....	62
Tabel 4.38. Uji Hipotesis koefisien determinasi 1. ....	62
Tabel 4.39. Uji persamaan regresi untuk Hipotesis 1. ....	63