

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE REALME (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA/MAHASISWI
UNIVERSITAS MIKROSKIL)**

SKRIPSI

Oleh:

**BILLIE HANS
197110336**



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2023**

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PRODUCT
QUALITY ON REALME SMARTPHONE PURCHASE
DECISION (CASE STUDY ON MIKROSKIL
UNIVERSITY STUDENTS)**

SKRIPSI

By:

BILLIE HANS
Student Number. 197110336



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
MIKROSKIL UNIVERSITY
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE REALME (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA/MAHASISWI
UNIVERSITAS MIKROSKIL)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen

Oleh :

BILLIE HANS

NIM. 197110336

Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing,


Nasrul Efendi, S.E., M.Si.

Medan, 07 Agustus 2023 Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen,


**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**
Suci Pertiwi, S.E., M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Saya membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Billie Hans
NIM : 197110336
Peminatan : Manajemen

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Realme (Studi Kasus Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Mikroskil)
Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non -eksklusif (*Non-exclusive Royalti Fee Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/ atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya dimasa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 12 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan



Billie Hans

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme (Studi Kasus Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Mikroskil), baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh mahasiswa Mikroskil yang pernah melakukan pembelian pada produk Realme yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Karena populasinya tidak diketahui, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Lemeshow didapatkan sebanyak 96 sampel penelitian. Berdasarkan hasil penelitian Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa/mahasiswi Universitas Mikroskil pada *smartphone* Realme. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa/mahasiswi Universitas Mikroskil pada *smartphone* Realme. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa/mahasiswi Universitas Mikroskil pada *smartphone* Realme. Citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa/mahasiswi Universitas Mikroskil pada *smartphone* Realme.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image, price, and product quality on purchasing decisions for smartphone realme (a case study of students at Mikroskil University), either simultaneously or partially. The type of research used in this research is descriptive with a quantitative approach. The research population that will be used in this research is all Mikroskil students who have purchased Realme products, the number of which is not known with certainty. Because the population is unknown, the sampling technique used is the Lemeshow formula, there are 96 research samples. Based on the research results, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions of Mikroskil University students on Realme smartphones. Price has a negative and significant effect on purchasing decisions of Mikroskil University students on Realme smartphones. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions of Mikroskil University students on Realme smartphones. Brand image, price, and product quality have a significant effect on the purchasing decisions of Mikroskil University students on Realme smartphones.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Decision



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Originalitas Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Citra Merek	11
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek.....	11
2.1.2.2 Jenis-Jenis Merek.....	11
2.1.2.3 Unsur Merek dan Citra Merek	12
2.1.2.4 Fungsi Citra Merek	14
2.1.2.5 Faktor Pembentuk Citra Merek	15
2.1.2.6 Indikator Citra Merek	15
2.1.3 Harga.....	16
2.1.3.1 Pengertian Harga	16
2.1.3.2 Manfaat Harga	17
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga.....	17
2.1.3.4 Metode Penetapan Harga	19

2.1.3.5	Faktor Penetapan Harga.....	20
2.1.3.6	Indikator Penetapan Harga	20
2.1.4	Kualitas Produk.....	21
2.1.4.1	Pengertian Kualitas Produk	21
2.1.4.2	Tingkatan Produk.....	22
2.1.4.3	Tahapan Produk	22
2.1.4.4	Faktor Pembentuk Kualitas Produk	23
2.1.4.5	Indikator Kualitas Produk.....	24
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	25
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.1.5.2	Pertimbangan Keputusan Pembelian	26
2.1.5.3	Struktur Keputusan Pembelian	27
2.1.5.4	Tahapan Keputusan Pembelian.....	29
2.1.5.5	Indikator Keputusan Pembelian.....	30
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Kerangka Konseptual.....	34
2.4	Pengembangan Hipotesis	35
2.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.4.4	Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	38
BAB III	METODE PENELITIAN.....	39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Objek Penelitian.....	39
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	39
3.3.1	Studi Lapangan	39
3.3.2	Studi Kepustakaan	41
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	41

3.4.1	Populasi Penelitian.....	41
3.4.2	Sampel Penelitian	41
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	42
3.6	Metode Analisis Data.....	44
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	44
3.6.2	Pengujian Kualitas Data	44
	3.6.2.1 Uji Validitas.....	44
	3.6.2.2 Uji Reliabilitas	45
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	45
	3.6.3.1 Uji Multikolinieritas	45
	3.6.3.2 Uji Normalitas	45
	3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	46
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.6.5	Pengujian Hipotesis	47
	3.6.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	47
	3.6.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	47
	3.6.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Hasil Penelitian.....	49
4.1.1	Sejarah Singkat Realme	49
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	50
4.1.3	Gambaran Umum Responden.....	51
4.1.4	Statistik Deskriptif	53
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data	55
	4.1.5.1 Uji Validitas.....	55
	4.1.5.2 Uji Reliabilitas	56
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	56
	4.1.6.1 Uji Normalitas	56
	4.1.6.2 Uji Multikolinearitas	59
	4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.1.7	Analisis Regresi Linear Berganda	60

4.1.8	Hasil Uji Hipotesis	61
4.1.8.1	Uji Parsial	61
4.1.8.2	Uji Simultan	62
4.1.8.3	Uji Koefisien Determinasi	62
4.2	Pembahasan.....	63
4.2.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.2.4	Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	66
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	100

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1	Skala Pengukuran <i>Likert</i>	41
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	43
Tabel 4.1	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pembelian	52
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Produk	52
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga	53
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Instrumen Pernyataan Variabel X dan Y	55
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Pernyataan Variabel X dan Y	56
Tabel 4.12	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	58
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial	61
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan	62
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Pra Survei Keputusan Pembelian	2
Gambar 1.2	Grafik Pra Survei Citra Merek	3
Gambar 1.3	Grafik Pra Survei Harga.....	4
Gambar 1.4	Grafik Pra Survei Kualitas Produk.....	5
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 4.1	Grafik Histogram	57
Gambar 4.2	Grafik Normal Probability Plot of Regression.....	57
Gambar 4.3	Grafik Scatterplot.....	59



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	74
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Realibilitas	77
Lampiran 3	Hasil Analisis Data Validitas Citra Merek (X_1)	81
Lampiran 4	Hasil Analisis Data Realibilitas Citra Merek (X_1)	81
Lampiran 5	Hasil Analisis Data Validitas Harga (X_2)	82
Lampiran 6	Hasil Analisis Data Realibilitas Harga (X_2)	82
Lampiran 7	Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Produk (X_3)	83
Lampiran 8	Hasil Analisis Data Realibilitas Kualitas Produk (X_3)	83
Lampiran 9	Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)	84
Lampiran 10	Hasil Analisis Data Realibilitas Keputusan Pembelian (Y)	84
Lampiran 11	Tabulasi Angket Responden	85
Lampiran 12	Hasil Output Penelitian	97

UNIVERSITAS
MIKROSKIL