



**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY SERIES PADA MAHASISWA PROGRAM
STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS JEMBER**

*The Influence of Brand Image to Purchase Decision Series Smartphone Samsung Galaxy Science
Students in Business Administration Study Program Faculty of Social
and Political Science University Jember*

SKRIPSI

Oleh

**Erwin Adi Wijaya
NIM 0909102028**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY SERIES PADA MAHASISWA PROGRAM
STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS JEMBER**

*The Influence of Brand Image to Purchase Decision Series Smartphone Samsung Galaxy Science
Students in Business Administration Study Program Faculty of Social
and Political Science University Jember*

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

**Erwin Adi Wijaya
NIM 090910202028**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2013

PERSEMBAHAN

Bismillahirohmannirrohim, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayahnya sampai detik-detik tertulisnya skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang tercinta yang selalu menyertai dengan doa, semangat, motivasi, cinta, dan kasih sayang:

1. Kedua orang tua saya tercinta Ayahanda Alm. Sarju Adi Wijaya dan Ibunda Mariah serta Ayah angkat Gabriel yang senantiasa memberikan doa dan selalu mencurahkan kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang tidak terhitung selama hidup Ananda, sehingga membuat Ananda tumbuh menjadi orang yang tegar dan berusaha memahami arti kehidupan.
2. Kakak-kakakku, Sunarti, Ika Auliya dan Dwi Fitriani yang telah menyuntik semangat demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Adikku, Inggar Yustika, Inggit Indriani, Aditya Surya Saputra, Si Kecil Monada dan Arum yang selalu menghibur dan memberi motivasi kepada penulis.

MOTO

“Untuk mencapai kesuksesan dalam pemasaran salah satunya dapat ditentukan dengan citra merek dari suatu produk”

(Philip Kotler)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erwin Adi Wijaya

NIM : 090910202028

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG GALAXY SERIES PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS JEMBER” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 25 September 2013
Yang menyatakan

Erwin Adi Wijaya
NIM 090910202028

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY SERIES PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
ILMU ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS JEMBER**

Oleh

Erwin Adi Wijaya
NIM 090910202028

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Sasongko, M. Si

Dosen Pembimbing Anggota : Dra. Sri Wahyuni, M. Si

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Series pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal :Rabu, 25 September 2013

tempat :Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji
Ketua,

Dr. Agus Budirahardjo, MA
NIP 195208141980031002

Anggota I,

Anggota II,

Dr. Sasongko, M.Si
NIP. 195704071986091001

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 95604091987022001

Anggota III,

Anggota IV,

Drs. Poerwanto, MA
NIP. 1974907151984031002

Drs. Didik Eko Julianto, MAB
NIP. 196107221989021001

Mengesahkan
Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP.195207271981031003

RINGKASAN

Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Series pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember; Erwin Adi Wijaya, 090910202028; 2013; 110 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebagian kecil jawaban atas penyebab tingginya *marketshare* OS Android dengan objek penelitian produk *smartphone* Samsung galaxy series di Indonesia dengan menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* Samsung galaxy series. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember. Penelitian ini dilakukan dengan cara *survey* dengan tipe penelitian menggunakan penelitian *assosiatif* dengan bentuk kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi sederhana, uji t dan koefisien determinasi (R_{square}). Regresi linier sederhana dilakukan untuk menggambarkan model hubungan antara variabel bebas (citra merek) dan variabel terikat (keputusan pembelian). Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dilihat dari tabel distribusi t. sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Sampel pada penelitian ini berjumlah 48 orang yang diambil dari mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bsnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan responden dengan kriteria tertentu yang sesuai dengan menggunakan kebutuhan penelitian.

Hasil penelitian ini dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 3,428 + 0,277 X_1$, ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung galaxy series. Adapun besarnya pengaruh citra merek terhadap pengambilan keputusan membeli adalah sebesar 0,277. Artinya faktor citra merek yang diukur melalui indikator atribut, manfaat, nilai, budaya, kepribadian, dan pemakai merupakan suatu faktor yang menentukan pengambilan keputusan

pembelian produk *smartphone* Samsung galaxy series sebesar 27,7% dan dipengaruhi faktor lain sebesar 72.3% seperti harga, promosi, atribut produk, saluran distribusi, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hasil penghitungan uji t adalah diketahui besarnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 5,015 > 2,000 dan signifikansi $< \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka H_0 ditolak, berarti secara parsial variabel citra merek (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ”Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung Galaxy Series pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata-1 (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
3. Drs. Soehartono, MP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember atas bantuan pemikiran, motivasi, harapan yang telah diberikan kepada penulis selama ini;
4. Drs. Rudy Eko Pramono, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa mengarahkan dan memberi masukan selama penulis menjadi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
5. Dra. Sri Wahyuni, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penulisan skripsi ini;
6. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
7. Saudara-Saudaraku, di rumah kedua kost putra Jl. Kalimantan 14 (Istana Lembah Sofa) yang selalu berbagi dalam suka maupun duka.
8. Teman-teman dari Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, khususnya angkatan 2009 (Doddy, Yanuar, Bibit, Vani, Nugi, Siswi, Andre, Ari, Faris, Irhamni, Yayuk, Eva, Adam, Panji, Riko, Tiara, Geli, Dian, Dita,

Zaim, Ayu) . Atas interaksi denganmu semua yang tak pernah terlupakan dan sangat kurindukan.

9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga, masih diperlukan saran dan kritik yang membangun dari segenap pihak. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi segenap pihak yang membutuhkan.

Jember, 25 September 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	iv
PERNYATAAN	v
PEMBIMBINGAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
ABSTRAK	viii
RINGKASAN	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	8
2.1.4 Produk	10
2.1.5 <i>Brand</i> (Merek).....	14
2.1.6 Pengertian <i>Image</i> (Citra)	21
2.1.7 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	23

2.1.8 Perilaku Konsumen	26
2.1.9 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Konsumen.....	36
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	37
2.3. Hipotesis	38
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis dan Tipe Penelitian	40
3.2. Tahap Persiapan	41
3.3. Tahap Pengumpulan Data	43
3.4. Tahap Pengolahan Data	44
3.5. Model Analisis	46
3.6. Definisi Operasional Variabel	47
3.6.1 Citra Merek.....	47
3.6.2 Keputusan Pembelian	49
3.7. Uji Instrumen	50
3.7.1 Uji Validitas	50
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.8. Analisis Data	52
3.8.1 Regresi Linier Sederhana	52
3.8.2 Uji T	53
3.8.3 Koefisien Determinasi	54
3.9. Tahap Pengambilan Kesimpulan	55
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	56
4.1.1 Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember	
56	
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan FISIP Universitas Jember	57
4.1.3 Struktur Organisasi FISIP Universitas Jember	59
4.1.4 Susunan Personalia Pimpinan FISIP Universitas Jember.....	59
4.1.5 Sistem Pendidikan FISIP Universitas Jember.....	60
4.1.6 Sarana Penunjang	61
4.1.7 Organisasi Kemahasiswaan	62

4.2 Deskripsi Umum Responden	63
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2 Berdasarkan Usia	63
4.2.3 Berdasarkan Tahun Angkatan	64
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	64
4.4 Hasil Uji Instrumen	66
4.4.1 Uji Validitas	66
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	67
4.5. Hasil Analisis Data	68
4.5.1 Regresi Linier Sederhana	68
4.5.2 Koefisien Determinasi	69
4.5.3 Uji T	69
4.6. Pembahasan	70
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> pada Kuartal Ke-3 Tahun 2012	3
1.2 Data Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> di Wilayah Jember	4
2.1 Interpretasi Merek	17
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	37
3.1 Jumlah Mahasiswa yang Aktif dari Angkatan 2008 sampai dengan 2012	42
3.2 Kriteria Indeks Reliabilitas	52
4.1 Jenis Kelamin Responden	63
4.2 Usia Responden	63
4.3 Tahun Angkatan	64
4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Citra Merek 65	
4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	66
4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	67
4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	68
4.8 Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Model Analisis	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Kuesioner	77
Lampiran 2. Tabulasi	81
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	83
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	86
Lampiran 5. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	88
Lampiran 6. Hasil Regresi Linier Sederhana	93
Lampiran 7. Tabel Distribusi r	95
Lampiran 8. Tabel Distribusi t	96
Lampiran 9. Permohonan Ijin Penelitian ke-FISIP	97
Lampiran 10. Permohonan Ijin Penelitian ke-Samsung Center	98