

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO  
HANDPHONE WILAYAH KELURAHAN JATIPULO**

**(Studi Pada Smartphone Samsung)**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA EKONOMI**

**Program Studi Manajemen – Sastra I**



**DISUSUN OLEH :**

**NAMA : RAYNALDY**

**NIM : 041201503125071**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2018**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND  
BRAND IMAGE OF THE PURCHASE IN THE SHOP AREA  
MOBILE VILLAGE JATIPULO**

**(Case On Samsung Smartphone)**

**Presented as One of the Conditions For Obtaining a Degree**

**BACHELOR of ECONOMICS**

**Management Courses - Literature I**



**COMPILED BY :**

**NAME : RAYNALDY**

**NIM : 041201503125071**

**FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITY OF INDONESIA'S SATYA  
JAKARTA**

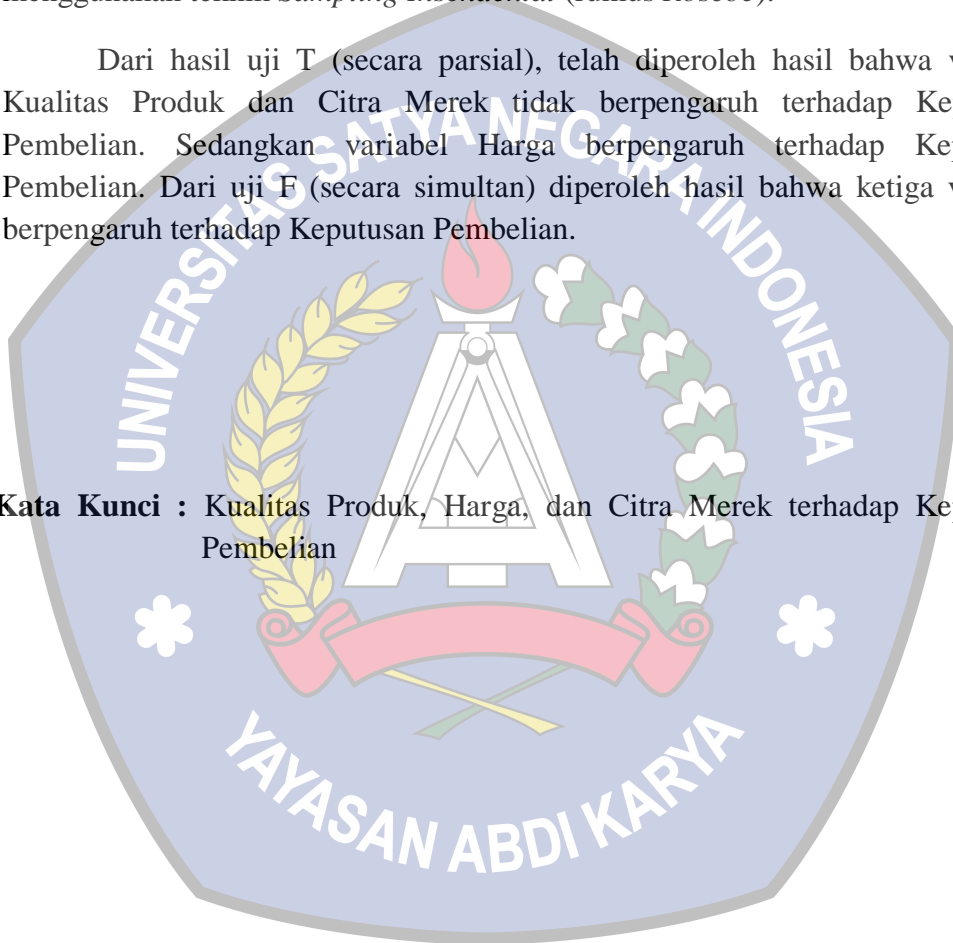
**2018**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang ke konter handphone membeli Smartphone Samsung di wilayah Kelurahan Jatipulo. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, dengan menggunakan teknik *Sampling Insidental* (rumus *Roscoe*).

Dari hasil uji T (secara parsial), telah diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Produk dan Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dari uji F (secara simultan) diperoleh hasil bahwa ketiga variabel berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This research aims to know the influence of the quality of products, prices, and brand image against Samsung Smartphone Purchase Decision. The population in this study are all the customers who come to counter mobile buy Smartphone Samsung in the territory of the village Jatipulo. Using the technique of sampling Non Probability Sampling, the Sampling technique using Insidental (Roscoe's formula).*

*From the results of the test T (partially), has obtained results that variable product quality and brand image does not effect on purchasing decisions. While the variable Rates affect purchasing decisions. from the test F (simultaneously) obtained the results that a third variable influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *product quality, price, and brand image against a purchasing decision*

