

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* VIVO
PADA GERAJ GANDARIA CITY MALL**



SKRIPSI
Program Studi Manajemen –Strata 1

OLEH:

NAMA : APRILIYANI AYU SETYANINGRUM

NIM : 180400117

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* VIVO
PADA GERAJ GANDARIA CITY MALL**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen –Strata 1



OLEH:

NAMA : APRILIYANI AYU SETYANINGRUM

NIM : 180400117

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2022

**INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE ON
VIVO SMARTPHONE PURCHASE DECISION
AT GANDARIA CITY MALL OUTLETS**

THESIS

Management Study Program –Strata 1



NAME : APRILIYANI AYU SETYANINGRUM

NIM : 180400117

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2022

**INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE ON
VIVO SMARTPHONE PURCHASE DECISION
AT GANDARIA CITY MALL OUTLETS**

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining a degree

BACHELOR IN MANAGEMENT

Management Study Program –Strata 1



BY:

NAME : APRILIYANI AYU SETYANINGRUM

NIM : 180400117

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Apriliyani Ayu Setyaningrum

NIM : 180400117

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Februari 2022



(Apriliyani Ayu Setyaningrum)

180400117

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : APRILIYANI AYU SETYANINGRUM
NIM : 180400117
JURUSAN : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO PADA GERAJ
GANDARIA CITY MALL
TANGGAL UJIAN : JUMAT, 11 FEBRUARI 2022

JAKARTA, 11 FEBRUARI 2022

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Dr. Darlius, SE., MM)

(Dr. Subagiyo, SE., MM)

Dekan

Ketua Jurusan

(GL. Hery Prasetya, SE., MM.,
CPHCEP., CPMP., CODP., CBOA., CLMA)

(Yuslinda Nasution, SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* VIVO

PADA GERAJ GANDARIA CITY MALL

OLEH :

NAMA : APRILIYANI AYU SETYANINGRUM

NIM : 180400117

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 11 Februari 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Ketua Penguji / Pembimbing I

(Dr. Subagiyo,SE.,MM)

Anggota penguji II

(Dr. Yosi Stefhani,SE.,MM)

Anggota Penguji I

(GL. Hery Prasetya,SE.,MM.,CPHCEP.,
CPMP.,CODP.,CBOA.,CLMA)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO PADA GERAJ GANDARIA CITY MALL”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat selesai. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Dra. Merry L. Panjaitan, MM., MBA.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia, GL. Hery Prasetya, SE., MM., CPHCEP., CPMP., CODP., CBOA., CLMA.
3. Ketua Jurusan Manajemen, Yuslinda Nasution, SE., MM.
4. Dosen Pembimbing I, Dr. Subagiyo, SE., MM, yang telah memberikan motivasi, bimbingan, serta pengarahan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan lancar.
5. Dosen Pembimbing II, Dr. Darlius, SE., MM, yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.

6. Semua Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis beserta staf TU.
7. Teman seperjuangan Homsa, Eva Nurbaeti, Linda Ayu Karmelia, Nadya Wulandari dan seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia 2018 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Jakarta, 11 Februari 2022

Apriliyani Ayu Setyaningrum

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price and brand image simultaneously and partially on purchasing decisions. The type of research used in this research is causal and comparative. The sample in this study amounted to 95 respondents who bought Vivo smartphones at Gandaria City Mall. The research method uses multiple linear regression analysis with the help of data processing using SPSS version 22 software.

The results of the F test can be explained that the Product Quality (X1), Price (X2) and Brand Image (X3) variables simultaneously have a significant effect on Purchase Decisions (Y) where the $F_{count} > F_{table}$ is $27,090 > 3,097$ and the F_{sig} significance value is $0.000 < 0.05$. The results of the t-test showed that partially product quality (X1) had a significant and significant effect on purchasing decisions (Y) with a value of $t_{count} > t_{table}$ $5,165 > 1,662$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Partially, the price (X2) has a significant and significant effect on purchasing decisions (Y) with a value of $t_{count} > t_{table}$ $2,269 > 1,662$ and a significance value of $0.026 < 0.05$. Partially, Brand Image (X3) has a significant and significant effect on Purchase Decision (Y) with a value of $t_{count} > t_{table}$ $2,227 > 1,662$ and a significance value of $0.028 < 0.05$. From the Coefficient of Determination test (R^2) it can be explained that Product Quality (X1), Price (X2) and Brand Image (X3) variables affect Purchase Decisions (Y) by 64%, while the remaining 36% is explained by other variables not found in the study. this.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal dan komparatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 responden yang membeli *smartphone* Vivo di Gandaria City Mall. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan pengolahan data menggunakan *software* SPSS versi 22.

Hasil penelitian uji F dapat dijelaskan bahwa Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Citra Merek (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $27,090 > 3,097$ dan nilai signifikansi F_{sig} sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $5,165 > 1,662$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara parsial Harga (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,269 > 1,662$ dan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$. Secara parsial Citra Merek (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,227 > 1,662$ dan nilai signifikansi $0,028 < 0,05$. Dari uji Koefisien Determinasi (R^2) dapat dijelaskan bahwa Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Citra Merek (X3) mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) sebesar 64%, sedangkan sisanya 36% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

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