

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG**

(Survei pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari

Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh :

LENI RIYANI

20210510067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG

(Survei pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

LENI RIYANI

20210510067

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 19 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,



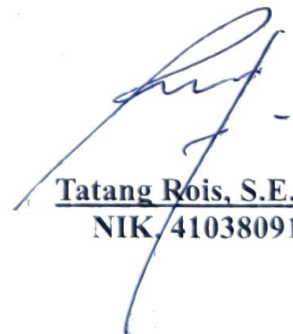
Prof. Dr. H. Disman, M.S.
NIP. 195902091984121001

Penguji II,



Dr. Rina Masrurroh, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296

Penguji III,



Tatang Rois, S.E., M.Si.
NIK. 41038091295

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG

(Survei pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan)

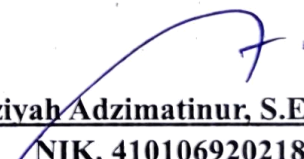
DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juni 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296


Fauziah Adzimatunur, S.E., M.Si.
NIK. 410106920218

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen




Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.
NIK. 41038971054


Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296

LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG** (Survei pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan)". Ini beserta seluruh isinya adalah benar- benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara- cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keimulan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kuningan, Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Leni Riyani

20210510067

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al- Insyirah : 5-6)

“Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan paling cerah”

(Ummar bin Khattab)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa selalu memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penulisan selama proses skripsi ini. Saya persembahkan skripsi ini dengan penuh cinta kepada kedua orang tua, yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang serta selalu mendukung setiap langkah perjalanan hidup saya. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik saya.

ABSTRAK

Leni Riyani, 20210510067. Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Survei pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan). Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Pembimbing I : Dr. Rina Masruroh, S.E.,M.E.Sy. dan Pembimbing II : Fauziah Adzimatunur, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung secara parsial dan simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna *smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 150 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala pengukuran yang digunakan interval yaitu dengan skor 1-10. Untuk analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Brand image*, kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 4) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Leni Riyani, 20210510067. The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price Perception on Purchasing Decisions for Samsung Smartphones (Survey of Samsung Smartphone Users in Kuningan Regency). Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University. Advisor I: Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. and Advisor II : Fauziyah Adzimatunur, S.E., M.Si.

This research aimed to determine and analyze the effect of Brand Image, Product Quality and Price Perception on Samsung Smartphone Purchasing Decisions partially and simultaneously. The method used in this research was descriptive and verification method with used a quantitative approach. The population in this research was Samsung smartphone users in Kuningan Regency. The sample used in this research was 150 respondents. The data collection technique used a questionnaire with a measurement scale used interval, namely with a score of 1-10. For the data analysis in this research used multiple linear regression analysis. The results in this research indicated that 1) Brand image, product quality and price perception had a significant effect on purchasing decisions, 2) Brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions, 3) Product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, 4) Price perception had a positive and significant effect purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Price Perception, Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang memberikan rahmat dan karunia, serta taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan berjudul **“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Survei pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan)”**

Penyusunan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan serta kekurangan didalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kedepannya agar lebih baik lagi sesuai dengan harapan.

Akhir kata, penulis berharap agar Skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Semoga Skripsi ini dapat dijadikan bahan kajian dan pertimbangan sehingga menjadi pedoman dalam penyusunan karya ilmiah selanjutnya yang lebih baik.

Kuningan, April 2025

Penulis

Leni Riyani

NIM. 20210510067

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang atas berkat dan karunia- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang ditetapkan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing I dan Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah banyak memberikan pengarahan, mendukung, memotivasi, dan membantu membimbing dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Fauziyah Adzimatunur, S.E.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan selama proses penelitian yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
4. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Enung Nurhayati, S.E., M,Si.,Ak, C.A. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Iqbal Arraniri, S.E.I., M.M. selaku dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan atas semua ilmu dan nasihat yang telah diberikan.
9. Seluruh staff dan karyawan Tata Usaha, Program Studi Manajemen, dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu kelancaran dalam proses penyusunan skripsi.

10. Ibu tercinta Nani Supriyani yang selalu mendidik, memberikan kasih sayang, menasihati, serta selalu memanjatkan doa yang luar biasa untuk setiap langkah perjalanan hidup penulis, memberikan dukungan dan bantuan baik secara moral ataupun material, sehingga penulis bisa menyelesaikan proses penulisan skripsi ini tepat pada waktunya.
11. Ayah Mulyana dan Suryadi yang selalu mendidik serta menjadi teladan dalam hidup, memberikan dorongan yang penuh kepada penulis baik moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
12. Saudara- saudara saya Dicky Julianto, Andre Rizky Aliansyah, Adi, dan Dwi, yang selalu memberikan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
13. Keluarga besar Bapak Sunedi yang terus memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi hingga selesai tepat pada waktunya.
14. Keponakan saya Virly Ramadhani yang selalu menghibur, memberikan dukungan, dan kebahagiaan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Sahabat- sahabat tercinta dan terbaik saya “Budaya” Deby Mutia Wianda Rahayu, Hania Oktovyalita, Khofifah Dwi Cahyani, Nisa Annisa Nurhidayani, Santi Nuraina, dan Seli Rosalina yang selalu menemani, mendukung, memberikan motivasi, arahan, canda tawa, serta kekompakan yang selalu hangat menyelimuti di setiap perjalanan saat awal memasuki masa perkuliahan, hingga saat ini dalam menghadapi kesulitan dan hambatan dalam proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat pada waktunya. Semoga kesehatan, kesuksesan dan rezeki serta apa yang kalian cita- citakan bisa tercapai, dan kita semua bisa sukses bersama di masa depan kelak.
16. Sahabat saya tercinta Siska teman sejak kecil sampai sekarang yang selalu menjadi teman terbaik, terimakasih selalu mendukung, selalu menyemangati, memberi masukan dan menjadi sahabat terbaik. Semoga kita selalu terus bersama dalam menjalani pertemanan ini dalam keadaan sehat, mencapai cita- cita kita masing- masing, dan menjadi orang sukses untuk kedepan nya.
17. Teman-teman kelas Manajemen E yang selalu membuat suasana perkuliahan menyenangkan, dan saling membantu dalam perkuliahan.

18. Teman-teman KKN 15 Desa Nagarajaya yang memberikan banyak pengalaman yang berharga, memotivasi dan selalu kompak sampai saat ini.
19. Kepada pihak – pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu- persatu yang telah memberikan bantuan yang sangat berarti bagi penulis.
20. Kepada diri sendiri terima kasih telah berjuang dan melewati tahap demi tahap menjalani kehidupan ini, suka duka yang telah dilewati, banyak sekali pengalaman hidup yang sangat berarti, kesabaran, kerja keras, waktu dan tenaga yang selalu terbayarkan dengan hasil yang sangat luar biasa. Hingga berada di tahap penyusunan skripsi sebagai tugas akhir untuk bisa mendapat gelar Sarjana Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan itu tidak mudah, tetapi dengan keuletan, ikhtiar, dan doa yang selalu mengiringi selalu dilancarkan dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.

Semoga Allah membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kuningan, April 2025

Leni Riyani

NIM. 20210510067

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS. 9	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Keputusan Pembelian	10
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
2.1.3.3 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4 <i>Brand Image</i>	15
2.1.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	16
2.1.4.3 Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i>	17
2.1.5 Kualitas Produk.....	19
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Produk.....	19

2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.1.5.3 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	21
2.1.6 Persepsi Harga	24
2.1.6.1 Pengertian Persepsi Harga	24
2.1.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga	24
2.1.6.3 Dimensi dan Indikator Persepsi Harga.....	25
2.1.7 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.1.7.1 Hubungan <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk dan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	27
2.1.7.2 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian ...	27
2.1.7.3 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	28
2.1.7.4 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	29
2.1.8 Penelitian Terdahulu	29
2.2 Kerangka Berpikir	39
2.3 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Metode Penelitian.....	41
3.2 Operasional Variabel	41
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel	45
3.4 Jenis dan Sumber Data	46
3.4.1 Jenis Data	46
3.4.2 Sumber Data	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Uji Instrumen.....	47
3.6.1 Uji Validitas	47
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.7 Teknik Analisis Data	53
3.7.1 Analisis Deskriptif	53
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.7.2.1 Uji Normalitas	53
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	53

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	54
3.7.5 Uji Hipotesis	55
3.7.5.1 Uji Statistik F (Simultan)	55
3.7.5.2 Uji Statistik t (Parsial).....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Hasil Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Samsung.....	57
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	57
4.1.3 Analisis Deskriptif	61
4.1.3.1 Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> (X1).....	61
4.1.3.2 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X2).....	64
4.1.3.3 Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X3).....	66
4.1.3.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	69
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.1.4.1 Uji Normalitas	71
4.1.4.2 Uji Multikolinieritas.....	72
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
4.1.7 Uji Hipotesis	77
4.1.7.1 Uji F (Simultan)	77
4.1.7.2 Uji t (Parsial).....	78
4.2 Pembahasan	79
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.2.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran	83

DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index <i>Smartphone</i> Tahun 2021-2024	2
Tabel 1.2 Data Penjualan <i>Smartphone</i> di Kabupaten Kuningan.....	3
Tabel 1.3 Data Hasil Pra-Survei Variabel Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Samsung di Kabupaten Kuningan.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 Rentang Nilai Skor Angket.....	47
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Brand Image (X1)	49
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	50
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3)	50
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image (X1)	52
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)	52
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga (X3)	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	60
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Brand Image (X1)	61
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X2).....	64
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X3).....	66
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi	76
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan).....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Parsial)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Diagram Penjualan <i>Smartphone</i> di Kabupaten Kuningan.....	3
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Daerah Kriteria <i>Brand Image</i> (X1).....	63
Gambar 4.2 Daerah Kriteria Kualitas Produk (X2)	66
Gambar 4.3 Daerah Kriteria Persepsi Harga (X3).....	68
Gambar 4.2 Daerah Kriteria Keputusan Pembelian (Y)	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Bimbingan Skripsi Berita Acara Bimbingan Skripsi Transkrip Aktivitas Kemahasiswaan
Lampiran II	: Surat Pengantar Kuisisioner Kuisisioner Penelitian
Lampiran III	: Hasil Data Karakteristik Responden Hasil Penyebaran Kuisisioner Penelitian Melalui Gform Data Hasil Perhitungan Kuisisioner
Lampiran IV	: Output Hasil Perhitungan SPSS Versi 23
Lampiran V	: Tabel F (taraf signifikansi 0,05) Tabel t (taraf signifikansi 0,05) Tabel r (taraf signifikansi 0,05)
Lampiran VI	: Riwayat Hidup Penulis