



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas
Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2013)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Kiki Dwi Fatmala

NIM 1310411079

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
MARET, 2017**

PERSETUJUAN SKRIPSI



**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas
Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2013)**

Oleh :

Kiki Dwi Fatmala

NIM 1310411079

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Muhamad Naely Azhad, Drs, M,SI.

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul ; Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Smartphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2013), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 2 Maret 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Drs. Achmad Suharto, MP.

NPK 89 06 242

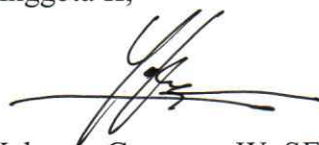
Anggota I,



Drs. M. Naely Azhad, M.Si.

NIP 19661231193031006

Anggota II,



Yohanés Gunawan W, SE, MM.

NPK 1509653

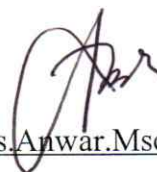
Mengesahkan :



Dr. Arik Susbiyani, M.Si.

NPK 0109289

Ketua Program Studi,



Drs. Anwar, Msc

NPK 85 03 125

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain.

(Q.S Al-Insyirah 6-7)

“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.” (QS Al-Ankabut [29]: 6)

“Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan, jangan pula lihat masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar anda dengan penuh kesadaran.”

(James Thurber)

PERSEMBAHAN

Berkat rahmat dan hidayah dari Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Almarhum ayahanda Suriham yang senantiasa memberikan dorongan, dukungan dan motivasi selama hidupnya
2. Ibunda tercinta Atmina terimakasih atas limpahan doa dan kasih sayang yang tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik
3. Kakakku M Zainul Hayyi terimakasih atas doa dan dukungannya.
4. Kedua dosen pembimbingku Bapak Drs. M. Naely Azhad, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Yohanes Gunawan W, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar, terimakasih
5. Semangatku Ridho Illah Putra Satria terimakasih atas doa, semangat serta dukungannya dalam mengerjakan skripsi,
6. Rekan atau kawanku seluruh manajemen 2013 F.E. – UMJ terutama manajemen kelas A.
7. Almamater yang aku banggakan UNIVERSITAS MUHAMMDIYAH JEMBER.

ABSTRAK

Penelitian ini adalah bertujuan mengetahui pengaruh citra merek (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2013 pengguna *smartphone* Samsung. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan alat bantu kuesioner terhadap 60 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda, berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel citra merek (X_1), harga (X_2) dan kualitas produk (X_3) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen konsumen yaitu citra merek (0,059), harga (0,431) dan kualitas produk (0,366). Hasil uji hipotesis didapat bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen sedangkan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Variabel bebas yang terdiri dari citra merek, harga dan kualitas produk, berpengaruh signifikan secara simultan terhadap terhadap variabel terikat kepuasan konsumen.

Kata kunci : citra merek, harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study was to determine the effect of brand image (X1), price (X2), and the quality of the product (X3) towards consumer satisfaction (Y). The population in this study were students of the Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Jember Prodi Force Management 2013 Samsung smartphone users. Data was collected by a questionnaire tools against 60 respondents using purposive sampling technique. Data analysis techniques used multiple linear regression analysis, based on results of multiple linear regression analysis showed that the variables of brand image (X1), price (X2) and product quality (X3) have a positive influence on consumer satisfaction consumers that the brand image (0.059), price (0.431) and quality of the product (0.366). Hypothesis test results obtained that the brand image does not have a significant effect partially on customer satisfaction and product quality while prices partially significant effect on customer satisfaction. The independent variable that consists of brand image, price and quality of the product, simultaneously significant effect on the dependent variable customer satisfaction.

Key words: brand image, price, product quality and consumer satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya bagi penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Smartphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2013)” yang merupakan salah satu prasyarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar. Msc., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Drs. M. Naely Azhad, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Yohanes Gunawan W, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Almarhum ayah tercinta dan terkasih, semoga arwah beliau diterima disisiNya
6. Ibu tercinta yang memberikan segalanya untukku, ibu semangat hidup dan segalanya buat aku di dunia ini.
7. Teman-teman dan rekan atau kawanku seluruh manajemen 2013 F.E. – UMJ, terima kasih untuk doa dan bantuannya.

8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 2 Maret 2017

Penyusun

Kiki Dwi Fatmala

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN BIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Kegunaan Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7

2.1.2 Konsep Pemasaran.....	8
2.1.3 Perilaku Komsumen	9
2.1.4 Kepuasan Konsumen	14
2.1.5 Citra Merek.....	16
2.1.6 Harga.....	17
2.1.7 Kualitas Produk	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB 3. METODE PENELITIAN	25
3.1 Identifikasi Variabel	25
3.2 Definisi Operasional Variabel	25
3.3 Desain Penelitian	27
3.4 Metode Pengambilan Sampel	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel	27
3.4.3 Teknik Pengambilan sampel.....	28
3.5 Jenis dan Sumber Data	28
3.5.1 Data Sekunder	28
3.5.2 Data Primer.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.7 Skala Pengukuran	29
3.8 Uji Instrumen	30
3.8.1 Uji Validitas	30
3.8.2 Uji Realibilitas	31

3.9 Analisis Data	31
3.9.1 Analisi Deskriptif Statistik	31
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.9.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.9.4 Uji Hipotesis.....	34
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	37
4.1.1.2 Sejarah Perkembangan <i>Smartphone</i> Samsung	38
4.1.2 Karakteristik Responden	39
4.1.3 Uji Instrumen.....	40
4.1.3.1 Uji Validitas	40
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	41
4.1.4 Analisis Data	42
4.1.4.1 Analisis Deskriptif Statistik.....	42
4.1.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.1.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.1.4.4 Uji Hipotesis	49
4.2 Pembahasan	52
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	52
4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	53
4.2.3 Pengaruh kualitas terhadap Kepuasan Konsumen	54

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57
5.3 Rekomendasi.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa pasar smartphone dunia kuartal I 2016 versi IDC.....	2
Tabel 1.2 Data pengguna Smartphone Samsung di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Jember	5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Realibilitas	42
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Statistik.....	43
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.6 Uji Multikolonieritas	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas	47
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji R ²	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap proses keputusan pembelian.....	11
Gambar 2.2 Tahap-tahap antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembeli.....	13
Gambar 2.3 Kerangka Konsep Penelitian	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	46
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	46
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I. Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN II. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden

LAMPIRAN III. Hasil *Output SPSS Version 21.00*

LAMPIRAN IV. Tabel *r Product Moment*, Tabel Distribusi *t*, dan Tabel Distribusi *F*