



**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**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kiki Dwi Fatmala

Nim : 1310411079

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang 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)**; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 2 Maret 2017

Yang menyatakan,

Kiki Dwi Fatmala

NIM. 1310411079

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,

Yohanes Gunawan W, SE, MM.

NPK 1509653

Mengesahkan :

Dekan,

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 MUHAMMADIYAH JEMBER.

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 SAMPUL	
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*

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Ferdinand, Augusti. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi-2. Badan Penerbit
- Gendro,Wiyono. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*.Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM.
- Hsieh, M. H., Pan, S. L. & Setiono, R. 2004. *Product, Corporate and Country Image Dimensions and Purchase Behaviour: a Multicountry Analysis*. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 32. No.3. Page 251-270.
- Keller,K (1993), “*Concetualizing, Measuring and Managing Customer Based Brand Equity*”,Journal of Marketing, Vol.57,Pg. 1.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Amstrong. (2004). *Prinsip-prinsip Marketing*. Edisi Ketujuh. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol, Edisi Sebelas*. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: Penerbit PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*,Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 2. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan. Jakarta: PT Indeks
- Kunaifi, Dede Aang. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Produk Eiger Di Surakarta*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariat Teknik dan Aplikasi*. Bandung : Alfabet
- Low, George S., Lamb Jr, Charles W. 2000. *The Measurement and Dimensionality of Brand Associations, Journal of Product and Brand Management*. Vol. 9 No. 6
- Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Nalau, Antonio, Syarifah Hidayah, dan Muhammad Wasil. 2012. *Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan J.Co Donuts dan Coffee di Plaza Mulia Samarinda*. Jurnal Ekonomi, Universitas Mulawarman
- Nugroho, Eriyanto Prasetyo. 2011. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Nugroho, Joko Putro. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Word Of Mouth Pada Produk Autan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Pramudyo. Anung.2012. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)*. JBMA. Volume 1 Nomor 1
- Prayitno., Duwi. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. MediaKom, Yogyakarta.
- Setyarini, Putri. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Merek Deterjen “Attack Easy” Terhadap Kepuasan Konsumen Di Andina Mart Gonilan, Kartasura Sukoharjo*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasinya untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Stanton, William J, Y. Lamarto. 1995. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta.: Erlangga.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian pedidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. : Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: alfabeta
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta : penerbit andi.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Cetakan ketujuh. Yogyakarta : Andi Offset
- <http://inet.detik.com/read/2016/04/29/153156/3199963/317/5.penguasa-smartphone-dunia>. Diakses pada 31 Oktober 2016
- <https://www.merdeka.com/teknologi/cerita-dibalik-berdirinya-samsung-tekstory.html>. Di akses pada 3 januari 2017
- <https://www.beritateknologi.com/sejarah-perkembangan-handphone-pintar-samsung/>. Di akses pada 3 januari 2017